التحقيق الصحفي

قواعد ومهارات



ضياء أبو طعام

مكتبة
مؤمن قريش

دار الهادي

التحقيق الصحفي

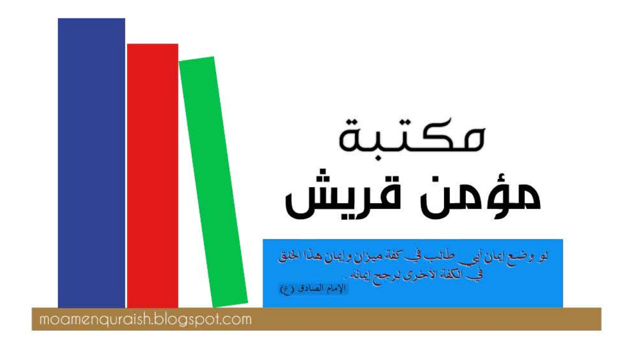
قواعد ومهارات

جميع الحقوق محفوظة

الطبعة الأولى

١٤٢٩هـ - ٢٠٠٨م

ISBN 978-9953-510-78-1





هاتف:03/896329-01/550487- فاكس:541199- ص.ب:25/286 غبيري - بيروت - لبنان

Tel.:03/896329-01/550487-Fax:541199-P.O.Box:286/25 Ghobeiry-Beirut-Lebanon

E-Mail: daralhadi @ daralhadi.com - URL: http: //www. daralhadi.com

ضياء أبو طعام

التحقيق الصحفي

قواعد ومهارات



للطباعة والنشر والتوزيع



الإهداء

... الى الأستاذ الأعظم،

كاشف الغطاء عن الحقيقة الأقدس والأجل،

... الى من كانت رسالته تحاكي العقول والقلوب معاً،

مزهق منطق الجاهلية، والدال الى الحق الذي لا يُرى.

... الى من علّمنا ان أعظم الجهاد:

كلمة حق في وجه سلطان جائر.

الى حبيب الله،

سيدنا رسول الله محمد، صلى الله عليه وآله وسلّم،

علّ شفاعته تحيطنا... في الدنيا والآخرة.

تقديم

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿وَقُلِ ٱعْمَلُوا۟ فَسَيَرَى ٱللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُۥ وَٱلْمُؤْمِنُونَ﴾

صدق الله العلي العظيم

في ظل التطور الهائل الذي أحدثته ثورة التكنولوجيا والاتصالات والذي انعكس مزيداً من التنافس والتطور على الإعلام المرئي والمسموع تحديداً، تزداد مسؤولية إدارة المؤسسات الإعلامية في رعاية وتشجيع المبدعين لديها والذين لا يقتصر إبداعهم في الاستناد فقط إلى ما تعلموه في الجامعات والمعاهد والدورات، إنما يضيفون إليه ما زهرت به تجربتهم الشخصية ونضالهم المهني في المؤسسات التي يعملون فيها.

هذا هو حال الزميل الصحفي المبدع ضياء أبو طعام الذي عمل في المنار كمؤسسة إعلامية متميزة ومقاومة، يدفعه في عمله إيمانه بمبادئ وقيم القناة وتميزها الإعلامي، فأحب القناة وأحبته، وجسّدت حبها له رعاية ومواكبة لإنجازاته الإعلامية المتميزة لا سيما في مجال

التقارير الصحفية التي نالت دوماً إعجاب المشاهدين فضلاً عن إدارة الأخبار وإدارة القناة عامّة.

واليوم، تفخر إدارة المنار بأن تقدم للزملاء الإعلاميين وطلاب كليات الإعلام والصحافة، نتاج هذه التجربة لأحد صحافييها المبدعين الذين نالوا العديد من الجوائز على أعمالهم الصحفية والتحقيقية، وأبوا إلا أن يعمموا هذه المعرفة والتجربة أمام المهتمين والعاملين في قطاع الإعلام المرئي والمسموع.

وعندما نقدّم هذا النتاج فإننا نتوخى من ذلك هدفين:

ـ الأول: تشجيع ورعاية المبدعين والمنتجين المتميزين العاميلن في قناة المنار.

ـ والثاني: تعميم المعرفة والتجربة التي خاضوها في غمار عملهم المهني الإعلامي لعلّ في هذا التعميم فائدة ومساهمة في إغناء النتاج الإعلامي العربي.

نسأل الله تعالى التوفيق للأخ الزميل ضياء أبو طعام في جهوده المهنية الإعلامية، وللقرّاء الاستفادة من هذه المعرفة والتجربة المتميزة.

والله ولي التوفيق

عبد الله قصير

بيروت في ٦/ ٢/ ٢٠٠٨

كلمة المؤلف

«الحقيقة». . . أي إنسان لا تسلب عقله هذه الكلمة، بل وهل للعقل من دور إلا استرشاد الطريق التي توصل إلى الحقيقة في كل شيء؟

متطرف أنا في الاعتقاد بأن الحقيقة واحدة وليست نسبية، بل الخلل يكمن في جبروت المنطق الذي جعل من غير الحقيقة حقيقة.

ومن هذين المنطلقين جاءت أهمية دور الصحافة سواء في إظهار حقيقة مخفية، أو كشف أخرى من خلال تغليب المنطق المحق على المنطق المراوغ. ومن هنا يأتي دور المحقق الصحفي كأداة الصحافة التي لا يمكن أن تستبدل بآلة في مهمة البحث عن الحقيقة، وعمل المحقق في هذا المجال يسمى تحقيقاً صحفياً.

هذه المعادلة وبرغم بداهتها واعتبارها مسلّمة بسيطة، إلا أنني كصحافي لبناني وعربي، احتجت لاكتشافها إلى نحو عام من القراءة والبحث واستخلاص العبر وتدوين الملاحظات. ربما لأننا في عالمنا العربي بتنا نتعاطى مع المصطلحات كأنها أصول لمجرد أنها عُرّبت من

مصطلحات أجنبية لا تعدو كونها تسميات لأصول بديهية.

فأنا كغيري من الزملاء، نقع دائماً في إشكالية الجمع بين التحقيق الصحفي وغيره من مسميات المُنتج الإعلامي كالتقرير والسبق الصحفي وسواهما. ثم نأتي في نهاية المطاف لندّعي بأننا محققون صحفيون، فيما نحن لسنا سوى ناقلين لأخبار قد تكون بمعظمها غير حقيقية، أو غير دقيقة على الأقل.

حتى عندما ندرك ماهية التحقيق الصحفي، نقع في مطبّات كبيرة تودي بنا عن غير قصد إلى مهالك أو توقعنا في أفخاخ لم نكن لنقع فيها كصحفيين لو أننا أدركنا قواعد اللعبة واكتسبنا مهارة الخوض فيها. فهل ينبغي على كل صحفي يسعى لإعداد تحقيق صحفي أن «يتعلم من كيسه» ليكتسب مهارة المحقق؟ وإلى متى سنبقى نسجّل أسماء الزملاء الذين سُجنوا أو تأذوا أو حتى فقدوا أرواحهم نتيجة خطأ مهني ما كان ينبغي عليهم أن يقعوا فيه؟

من هنا كانت فكرة الكتاب.

خلاصة من تجارب واحتكاك عن كثب بعالم التحقيقات الصحفية نتيجة عملي كمراسل إخباري لسنوات، وسلسلة من ورش تدريبية شاركت فيها مع مؤسسات دولية عالية الاحتراف في لبنان والخارج، إضافة إلى قراءات واسعة لعدد من المراجع العربية

والغربية، ومناقشات معمّقة لساعات مع أكثر من أستاذ وزميل في مهنة المتاعب.. كل هذا كانت محصلته هذا الكتاب «التحقيق الصحفي ـ قواعد ومهارات».

كتاب اعتمدت فيه الاختصار في الشرح إلا بما يلزم لرفع الإشكاليات، وابتعدت فيه عن النظريات والخوض في سجالات التعريفات، ليس استخفافاً بالعلم النظري المؤسس للتجربة العملية، وإنما تركيزاً على شرح الأدوات الممكّنة من الأداء الصحيح للعمل في مجال التحقيقات الصحفية، وهي أدوات أدرك أن المستند في استخدامها على المادة النظرية الجامعية مرشح للإبداع والصعود بوتيرة أسرع.

لمن هذا الكتاب؟

«التحقيق الصحفي ـ قواعد ومهارات» هو دليل أدوات وإرشادات تلخص تجربة حية، وقد سعيت قدر الإمكان أن أقدمها بأسلوب مبسّط ومبوّب يسمح باستخدامها مباشرة من قبل الصحافيين الراغبين في إعداد تحقيقات صحفية أو كورش تدريبية للمؤسسات التي تهتم بتدريب موظفيها على إعداد التحقيقات، أو تجزّئ المادة لتصبح ورش عمل في فن إعداد المقابلات ومهارات التواصل مع الآخرين، وربما اعتماد نقاطه في تقييم الأعمال الصحفية التي تندرج تحت عنوان التحقيقات، أو حتى المرشحين للعمل كمحققين صحفيين.

يتناول الكتاب في بابه الأول التحقيق الصحفي لجهة تعريفه وأركانه وأنواعه، وهو باب غابت عنه هوامش المصادر لأن مضمونه مستخرج من خبرة وتجربة واطلاع على نقاط التقييم لدى لجان التحيكم التي نظرت في تحقيقات معدّة من قبلنا ومنحتها جوائز معتبرة. ثم يعرض الكتاب في بابه الثاني لمواصفات المحقق الصحفي والمصور الصحفي، ثم لفن إجراء المقابلة، وأخيراً لفن التواصل مع الآخرين بما يهم العمل الصحفي.

ولأن الكتاب هو خلاصة تجربة وقراءات ومناقشات، فأعتبر سلفاً أنه مادة مرنة قابلة للملاحظة والتطوير وربما التعديل، وسأكون ممتناً لأي من الزملاء إذا ما أغنى هذه التجربة بمادة جديدة سواء بالإضافة أو التعديل، فالهدف هو تسهيل مهمة المحقق الصحفي، ولا كمال إلا في صفات الله عز وجل.

حريٌّ بي في هذا المقام أن أنحني شكراً وحمداً قبل كل شيء إلى إلهي وخالقي الذي أعترف له بالتقصير بأن وفقني للكتابة، علّ ما قمت به يكون عملاً صالحاً يُنتفع به.

ومن باب الامتنان، أتقدم بالشكر لكل أستاذ لي في قناة المنار الرسالية وضع ثقته بي لأنجز عملاً لا سيما مدير الأخبار والبرامج السياسية الحاج محمد عفيف، ولكل زميل أو صديق أعانني على تأليف هذا الكتاب تشجيعاً أو إرشاداً لمرجع.

الشكر الجزيل لمدير عام القناة الحاج عبد الله قصير الذي تبنى هذا الكتاب وشرّفه بإدراجه ضمن إنتاجات المنار، آملاً أن يكون مضمون هذه الصفحات عند حسن ظنّه. والشكر الجزيل أيضاً إلى البروفسور محمد محسن، أستاذ الدراسات العليا في كلية الإعلام/ الجامعة اللبنانية الذي راجع صفحات الكتاب وقدّم ملاحظات صوّبت بعض الهفوات.

وشكر خاص إلى عائلتي التي لولاها لم أكن أنا: أبي (رحمه الله) الذي دستر لي حياتي، وأمي التي ربّتني، وزوجتي شريكة الحياة والسهر، ومن لها حضوري وغيابي، وأم ابنتي الحبيبتين: زهراء وآلاء.

تمهيد

سألت نفسي يوماً عن السبب الذي يدفعني كمشاهد إلى متابعة محطة تلفزيونية دون أخرى خصوصاً عندما أكون بصدد البحث عن مادة ربما تشترك أكثر من محطة في بثها.

هل هو الشكل، أم المضمون، أم كلاهما معاً؟

لماذا أجد نفسي مشدوداً لمتابعة النشرة الإخبارية لقناة معينة في حين أن جهاز التلفاز أمامي يستقبل أكثر من مائة قناة تكاد لا تخلو إحداها من نشرة إخبارية مفصّلة تشترك مع زميلاتها من ناحية مضمون الأحداث؟ هل هي المصداقية، أم الواقعية في نقل الأحداث، أم أداء المذيعين والمراسلين؟؟

أسئلة كثيرة تتقاطع إجاباتها عند نقطة واحدة: **التميز**.

والتميز هذا لا يقتصر فقط على سلّة المواد التي تقدمها كل قناة، بل إن تميّز تقديم نفس المادة بين قناة وأخرى يدفعك إلى متابعة المتميّز برغم احتواء المادة في كلا القناتين على ذات المضمون. وعلى سبيل المثال،

لماذا أتابع أخبار الوضع الميداني في العراق على قناة محددة في حين أن القناة الأخرى تعرض تقريراً يتضمن ذات الأحداث الميدانية اليومية؟

تلفزيون الواقع، التحليل الخبري المستند إلى أدلة وليس إلى آراء محكومة بخلفيات مسبقة، الرأي والرأي الآخر، الموضوعية، تقنيات الصوت والصورة، التشويق... كلها عناوين تدفعني كأي مشاهد إلى تلقف هذا الخبر أو ذاك من مصدر إعلامي دون آخر، فأنا كمشاهد الزبون الذي تتزاحم المؤسسات الإعلامية لجذبي، وبالتالي فإن الزبون الذكي هو الذي يفاضل بين السلع المُقدَّمة إليه. فمن حقي بضغطة زر في جهاز التحكم عن بعد أن أضرب بعرض الحائط ما تقدمه هذه المحطة ليستقر نظري على الصورة التي تقدمها تلك طالما كنت أملك من مالي الخاص جهاز التلفاز، أو أن أرى في صحيفة معينة مصدراً للمعلومات التي أحتاجها في حين أن باقي الصحف لا تعني لي أكثر من لفائف ورقية طالما أنني أملك الورقة النقدية التي ستصب أخيراً في صندوق مبيعات إدارة تلك الصحيفة التي نجحت في استقطابي كقارئ، وربما كمشترٍ ليس إلا.

لكن ومع اتساع رقعة انتشار التقنيات الحديثة في إيصال أسرع وأنقى صورة، يصبح الأمر أكثر تعقيداً عندما تشتد المنافسة بين الوسائل الإعلامية، فيمسي التميز شكلاً ومضموناً قاسماً مشتركاً لا يسمح للمتلقي قارئاً كان

أم مشاهداً أو مستمعاً بالمفاضلة بين هذه الوسيلة الإعلامية أو تلك.

هنا تبرز حاجة المؤسسة إلى ما هو أسمى من التميّز، إلى سلعة خاصة تستثير فضول الزبون بشرط أن تكون سلعة تنفرد المؤسسة بعرضها على واجهات الأثير.

وبمعنى آخر، كيف تستطيع وسيلة إعلامية أن تصارع هذا العدد الكبير من وسائل الإعلام التي سرت على موجات البث كالنار في الهشيم، وبالتالي تنجح في الوصول إلى اهتمام الرأي العام وتحظى باستقطابه؟

وهنا يأتي الجواب: **التحقيقات الصحفية**.

الباب الأول:

التحقيق الصحفي

■ **الفصل الأول:**

تعريف التحقيق الصحفي

■ **الفصل الثاني:**

أركان التحقيق الصحفي

■ **الفصل الثالث:**

أنواع التحقيقات الصحفية

تعريف التحقيق الصحفي

في الواقع، تضاربت وتنوعت التعريفات التي أعطيت للتحقيق الصحفي، والسبب هو أن هذه المادة هي حديثة الظهور وقابلة للتطور السريع في علاقة طردية مع تطور الإعلام وتقنياته المستخدمة، حتى أن بعض الصحفيين والأكاديميين الذين وضعوا مؤلفات حول تقنيات التحقيق الصحفي تجنبوا وضع تعريف له بحجة أن أي تعريف قد يخضع للنقد ولن يعطي مفهوماً واضحاً وثابتاً لهذه المادة الإعلامية.

لذا فقد ارتأيت إجراء بحث عن تفسير التحقيق الصحفي لغة واصطلاحاً، حتى يتسنى البدء في شرح تقنيات التحقيق الصحفي وما يميزه عن باقي الأشكال الإعلامية الأخرى.

أ ـ في اللغة:

التحقيق من الأصل حقّق، وتحقق الأمر أي عرف حقيقته، وتحقق من الأمر يعني تأكد الأمر لديه. وهو

محاولة الوقوف على حقيقةٍ ما بطرح الأسئلة والبحث عن إجاباتها من خلال الأدلة والقرائن.

ب ـ في الاصطلاح:

نعم، إذا سألت أي صحفي ممارس عن تعريفه للتحقيق الصحفي فإنه قد يبني تعريفه على تجربته الخاصة أو وفق الأعمال التي قام بإعدادها ظناً منه أنها تحقيقات، وهنا ستجد نفسك أمام كم كبير من التعريفات يتزايد كلما زاد عدد الصحفيين الذين يشملهم الاستطلاع.

لكن وبالتأكيد فإن التعريفات مهما تنوعت لا بد أن تتقاطع عند معانٍ مشتركة يمكن اعتمادها أساساً لتصور تعريف واضح يمكن اعتماده بشمل دائم وثابت للتحقيقات الصحفية.

أولاً: لا يستطيع صحفي ما إنكار أن التحقيق هو تلك المادة التي ينفرد هو بإعدادها بعيداً عن عدسات زملائه الصحفيين أكانوا في ذات المؤسسة التي يعمل بها أو في مؤسسات أخرى. وبالتالي فالتحقيق لا يمكن أن يكون تغطية صحفية لحدث سياسي أو اجتماعي أو اقتصادي تحصل بناءً على دعوة من قبل جهة ما لأكثر من وسيلة إعلامية في وقت واحد، كما هو حال المؤتمرات الصحفية والندوات والاجتماعات المفتوحة وحفلات الافتتاح إلخ..

ثانياً: لأن مادة التحقيق ليست تغطية صحفية، فإن

على المحقق الصحفي البحث بنفسه عن الشخصيات التي سيستضيفها في تحقيقه، وبالتالي سيكون هو صاحب الدعوة وليس المدعو.

ثالثاً: طالما أننا نتحدث عن التميز، فمن غير المقبول أن يكون التحقيق الصحفي بعيداً عن مقتضيات البحث عن وسيلة لجذب القارئ أو المشاهد أو المستمع، وإلا فإن الجهد الذي يبذله المحقق الصحفي في العثور على الفكرة المبتكرة واختيار الشخصيات إذا لم يرقَ إلى حد إثارة اهتمام المتلقي يصبح عبئاً على المؤسسة الإعلامية لناحية هدر الوقت والمال، وليس كما هو مفترض وسيلة لتحقيق أرباح إضافية.

مما تقدم لغة واصطلاحاً يمكن استخلاص تعريف قد يكون الأقرب إلى فهم معنى التحقيق الصحفي، **فهو الترجمة العملية لفكرة إبداعية يبحث فيها الصحافي عن حقيقة ما تهم شريحة مهمة من الرأي العام في إطار شيق ومثير.**

أركان التحقيق الصحفي

بعد وضع تعريف موضوعي للتحقيق الصحفي يمكن استخلاص الخصائص أو الأركان التي يقوم عليها التحقيق الصحفي، وبالتالي تميز التحقيق عن أي شكل إعلامي آخر كالتقرير الإخباري أو الفيلم الوثائقي أو الدرامي وغيرها.

لكن وقبل الخوض في ماهية تلك الأركان وشرحها، لا بد من الإشارة إلى نقطتين هامتين:

الأولى: عندما نتحدث عن أركان، فهذا يعني أن التحقيق لا يمكن أن يقوم إلا بتوافر أركانه مجتمعة، أي أنه إذا فُقد ركن واحد من تلك الأركان يفقد التحقيق وجوده ونصبح بالتالي أمام أي شكل إعلامي آخر باستثناء التحقيق الصحفي.

الثانية: طالما نحن بصدد وضع أركان للتحقيق الصحفي، فمن الطبيعي أن تتوافر في التحقيق أركان مشتركة مع سائر الأشكال الإعلامية الأخرى. نعم، قد ينفرد التحقيق الصحفي بأركان تميزه عن باقي المواد

الإعلامية، إلا أن اشتراكه مع تلك المواد في ركن أو ركنين لا يعني أنه خرج عن وصفه بالتحقيق، وهذا ما سيتبين خلال شرح الأركان.

أركان التحقيق الصحفي:

يقوم التحقيق الصحفي على أركان ستة: الفكرة، الواقعية، الموضوعية، الأدلة، النتيجة، وأخيراً التشويق.

الفكـــرة

وهي الركن الأبرز من أركان التحقيق. وكما ذكرنا سابقاً فإن فكرة التحقيق ينبغي أن تتوافر فيها صفة الإبداع. والإبداع لا يعني كما قد يفهم البعض أنه نتاج موهبة ربّانية نادرة فقط. فالابداع يعني استخدام القدرات الفكرية والمادية في استنباط كل جديد من خلال معاينة الأرشيف الذي تُختزن فيه جميع المواد الإعلامية التي تم تناولها في تحقيقات صحفية سابقة، أكان ذلك داخل المؤسسة التي يعمل بها الصحفي، أو في باقي المؤسسات.

وببساطة، يجب أن تكون فكرة التحقيق واحدة من ثلاث:

* إما موضوعاً جديداً يطرح على الإعلام للمرة الأولى.

* أو حلقة جديدة من مسلسل أحداث معين، على سبيل المثال: كشف فضيحة فيما يتعلق بأزمة ارتفاع أسعار النفط. أو اكتشاف أدلة جديدة في

قضية أثارت الرأي العام من دون اكتشاف ملابساتها، إلخ.

* وإما أن يكون موضوع الفكرة ظاهرة منتشرة غير مدركة. أي التعرض لحدث أو سلوك معين منتشر بين الناس من دون أن يدرك هؤلاء خلفياته وأسبابه، وعلى سبيل المثال: تسليط الضوء على ظاهرة تسول الأطفال، أو تكرار وقوع حوادث السير على طرقات معينة، إلخ.

لكن وإضافة إلى الابداع، فإن خصائص أخرى هامة ينبغي توافرها في فكرة التحقيق الصحفي حتى تصبح الفكرة قابلة للتنفيذ:

أ: قابلية الوجود:

وهذا أمر بديهي، فمن غير المنطقي أن يتناول التحقيق الصحفي موضوعاً غير موجود أو غير قابل للوجود فعلاً وإلا كنا أمام مادة من مواد الخيال العلمي أو الخرافي. فلا يمكن مثلاً أن تكون العصافير التي تقذف من أفواهها لهباً مادة لتحقيق صحفي. نعم إذا كنا بصدد معالجة قضية شخص يؤمن فعلاً بهذه الخرافة ويمارس سلوكاً شاذاً نتيجة هذا الإيمان، عندها يمكن طرح المسألة ضمن تحقيق صحفي، لكن الفكرة في هذه الحالة تصبح حول هذا الشخص وليس حول العصافير الخرافية.

ب: الجمهور المستهدف:

لمن أطرح هذه الفكرة؟ هذا هو السؤال الذي ينبغي أن أسأله لنفسي عندما أكون بصدد تحليل فكرة يتوفر فيها شرطَيْ الإبداع والقابلية للوجود. وبذات الطريقة التي يتعاطى فيها التاجر مع سلعة تعرض عليه ينبغي على المحقق الصحفي أن يتعاطى مع الفكرة التي ينوي ترجمتها إلى مادة صحفية تُعرض على الرأي العام (الزبائن)، وبالتالي كلما كان عدد المهتمين بالموضوع أكبر كانت حظوظ التحقيق الصحفي في النجاح الجماهيري أكبر.

وهنا، على الصحفي في أي بلد كان، قبل أن يبادر إلى انتقاء أي موضوع ليعمل على تنفيذ تحقيق حوله أن يدرس تركيبة المجتمع في هذا البلد وثقافته وخلفياته الدينية والاجتماعية، ومن ثم تقسيم هذا المجتمع إلى شرائح ليحصل على الشريحة الأكبر المهتمة بالموضوع، وعلى سبيل المثال فإن ترتيب شرائح المجتمع في فرنسا يختلف بالتأكيد عن الترتيب الموجود في السودان.

بعد تقسيم المجتمع إلى شرائح يمكن اتباع الجدول التالي في تقسيم المواضيع الأكثر استقطاباً لشرائح المجتمع وذلك على سبيل التوضيح وليس

الحصر، ففي لبنان مثلاً يمكن أن يكون الجدول بحسب بعض الإحصاءات غير الرسمية وفق التالي:

لمن أطرح هذا الموضوع؟	نسبة الشريحة في المجتمع	درجة الترجيح
عامة الناس يهمهم أن يعلموا بالأمر	٩٥٪	ممتاز
أرباب الأسر (آباء ـ أمهات)	٦٥٪	جيد جداً
العمال والموظفون	٥٠٪	جيد
التلامذة والطلاب	٤٠٪	جيد
أصحاب المهن الحرة	٢٥٪	وسط
سياسيون وصحفيون معنيون بالأمر	٢٠٪	وسط
منظمات أهلية قادرة على التدخل	١٠٪	وسط
فئات معينة: رجال الأعمال، إلخ..	٥٪	دون الوسط ـ وسط

على أن انتماء الفكرة إلى أحد العناوين المذكورة أعلاه لا يعني أنه على المحقق الصحفي أن لا يتناول إلا المواضيع التي لا تقل درجة الترجيح فيها عن إمتياز، لأن التنويع الإعلامي يقتضي أن تشمل أفكار التحقيقات جميع ما هو وارد أعلاه، ولكن بحال المفاضلة بين الأفكار، فإن الفكرة التي يتوقع ان تستقطب العدد الأكبر من المتلقّين تصبح هي الأكثر رواجاً.

ج: الأثر الإيجابي لطرح الموضوع:

كل صحفي يحمل رسالة، والصحفي بلا رسالة

حميدة كالتاجر بلا أمانة. على الصحفي أن يعلم بأنه يقتحم على الناس جلساتهم ليعرض عليهم أعمالاً يحكمون سلفاً بأنها تمثل شخصيته وثقافته وأخلاقه. وبالتالي فلا يمكن لصحافي مهما كان مبدعاً أو خلاّقاً في أسلوبه أن يحظى بقبول الناس واحترامهم وبالتالي تتبع أعماله إذا كان يتناول في تحقيقاته أفكاراً لا تتناسب مع الفضيلة التي يؤمنون بها ويسعون وراءها إرضاءً لغريزة الكمال.

بمعنى آخر، ينبغي على التحقيق الصحفي أن يترك في خاتمته أثراً إيجابياً وقبولاً لدى الشريحة التي يتوجه إليها المحقق الصحفي.

وهناك نوعان من الايجابية في هذا المجال:

* إيجابية مطلقة: وهي الايجابية التي تصلح في كل زمان ومكان وتحظى بقبول جميع شرائح المجتمع حكاماً ومحكومين، كإجابية الانحياز للمظلوم، وإيجابية كشف المفسدين، وإيجابية المصلحة العامة.

* إيجابية نسبية: والمقصود بها أمران:

- إيجابية لدى البعض وسلبية لدى البعض الآخر، وهي محكومة بتوجهات الصحفي نفسه وسياسات الوسيلة الإعلامية التي ينتمي إليها، كما أنها محكومة بمبدأ القياس بين الحجم العددي لكل من المرحبّين والرافضين. فتسليط الضوء مثلاً على

أخطاء الحكومة قد يزعج أعضاءها لكنه يُرضي عموم الناس الذين يملكون حق مراقبة أداء الحكومة ومحاسبتها.

- إيجابية متقلبة، أي أن ما هو سلبي اليوم قد يصبح غداً إيجابياً وبالعكس. وهنا على الصحفي أن يكون مرناً بمرونة تغير المزاج العام مع مراعاة ثقافته ومبادئه التي لا يملك أحد سلطة سلبه إياها لكنه يتحمل هو مسؤولية تمسكه بها. وعلى سبيل المثال: قد لا يقبل مجتمع ما في مرحلة معينة انتقاد تقليد شعبي فيه مساس بسلامة الانسان أو كرامته، لكن قد يطرأ تحول ما يفتح ثغرة تسمح لطرح الموضوع ومعالجته وتلقي الأصداء المناسبة بشأنه.

د: **زاوية المعالجة:**

وترتبط هذه الخاصية بسابقتها. فالزاوية التي تعالج منها الفكرة ترسم سياق التحقيق الصحفي برمته وبالتالي تلعب دوراً كبيراً في الأثر الذي يتركه مضمون التحقيق.

والمقصود بزاوية المعالجة هو الكيفية التي يتعاطى بها المحقق مع الموضوع المطروح في التحقيق. فلكل موضوع زوايا عدة يمكن النظر إليه منها، وما يتحكم باختيار الزاوية هي الرسالة التي يهدف المحقق الصحفي إلى إيصالها.

ولعل القاعدة الأنجع لاختيار الزاوية الأفضل هي من خلال ما يعرف بتركيز الموضوع.

التركيز:

التركيز يعني وضع بؤرة أساسية للموضوع، تكون المعلومات المطروحة تسير في مدارها ولأجلها.

وفائدة التركيز أنه يجنبنا الإسهاب في طرح المعلومات، ويجنب أيضاً شرود التقرير عن الغاية المقصودة.

*** كيف نركز الموضوع؟**

الأمر سهل للغاية، ضع إجابات على الأسئلة الثلاثة التالية:

١ ـ من ؟ (حول من يدور الموضوع).

٢ ـ ماذا ؟ (ماذا يفعل).

٣ ـ لماذا ؟ (لماذا يفعل ذلك).

والنتيجة تكون: **شخص ما يقوم بشيء ما لسبب ما.**

قاعدة:

«هناك دائما مخاطر تهدد جودة التحقيقات عندما نحاول أن نجعل التحقيق شاملاً. لنحاول أن نتجنب ذلك ونترك الأمر يبدو بسيطا». **رويترز**

«القصة المتماسكة في موقع واحد قوي هي أفضل بكثير من القفز من مكان إلى آخر بسرعة ومن

دون توجيه، فالصورة الواسعة لا تسلط على التفاصيل وبالتالي فهي سريعة الفناء». **رويترز**

خصائص تركيز القصة:

- أن تكون مبنية على بحث جيد.
- أن تحدد بشكل عميق القصة التي يعرضها التحقيق.
- أن تحدد بشكل واضح وتسلسلي شخصيات القصة.
- أن تصل دائما إلى أذهان الناس.
- أن توفر الوقت عند تحضير وإعداد التحقيق.
- أن تسهل اختيار زاوية معالجة الموضوع.

ولنضرب على ذلك مثالاً:

لنفرض أن الفكرة موضوع التحقيق الصحفي تتناول قضية تنامي ظاهرة تعاطي المخدرات في مجتمع ما. ولنفرض أن زوايا هذا الموضوع هي على الشكل التالي:

* مدمنون على المخدرات
* تجار المخدرات
* السلطات العامة
* الجمعيات المعنية

لاختيار الزاوية الأنسب ينبغي تركيز كل من الزوايا المذكورة، النتيجة قد تكون على الشكل التالي:

القاعدة:	شخص ما	يقوم بعمل ما	لسبب ما
الزاوية الأولى:	شباب في مقتبل العمر	خسروا مستقبلهم	لإدمانهم على المخدرات
الزاوية الثانية:	عاطلون عن العمل	يتاجرون بالمخدرات	لتأمين معيشتهم
الزاوية الثالثة:	مكتب مكافحة المخدرات	يتبنى عقوبة الإعدام	للحد من الاتجار بالمخدرات
الزاوية الرابعة:	مصحات معالجة الإدمان	تطلق حملات توعية	للحد من تعاطي المخدرات

بعد تركيز الزوايا يصبح من السهل على المحقق أن يختار الزاوية التي يرى فيها تمثيلاً حقيقياً للرسالة التي سيحملها تحقيقه. وبالتأكيد فإن تبنّيه لأي من الزوايا المذكورة سيحدد معالم تحقيقه وآلية العمل برمتها، فمكان التحقيق والأشخاص الذين سيقابلهم والاشكاليات التي سيتعرض لها وبالتالي النتيجة التي سيصل إليها، كل ذلك يختلف بين زاوية وأخرى.

هذه هي الخصائص الخمس التي يجب أن تشتمل عليها أي فكرة مرشحة لأن تُتَرجم تحقيقاً صحفياً. ففكرةٌ بلا إبداع مدعاة للملل وهدرٌ للوقت والمال. كما إن الإبداع الذي لا يكون واقعياً يبقى هلوسة في رأس

صاحبها، وإذا لم يرقَ الإبداع الواقعي إلى درجة استقطاب الجمهور يبقَ كنزاً مدفوناً في الظلمات لا يدرك قيمته إلا صاحبه، والإبداع الواقعي المستقطب للجمهور إذا لم يحمل رسالة مقبولة يصبح نقمة ترتد أخيراً على صاحبها.

الواقعية

حسب آخر دراسة أجرتها شبكة سي بي سي الإخبارية الأميركية، تبين أن الناس يطلعون على الأخبار وفق التالي:

- ٦٥٪ من التلفزيون.
- ٢٥٪ من الصحف.
- ٨٪ من الراديو.
- ٢٪ من المجلات السياسية.

كما أجرت الشبكة المذكورة دراسة على نوعية الأخبار التلفزيونية المنتجة، فتبين ما يلي:

- ٨٠٪ من الأخبار هي روائية وشفهية = أقل فعالية.
- ١٥٪ مقابلات = فعالية متوسطة.
- ٥٪ مرفقة بمشاهد واقعية للحدث = أكثر فعالية.

ولذلك فان معدل ما يتذكره المُشاهد ويحفظه من الأخبار التي يشاهدها يتراوح بين ١٢٪ إلى ٢٠٪ من مجمل النشرة الواحدة (٣٠ ـ ٤٥ دقيقة).

* القاعدة الواجب اتباعها قبل عرض الخبر، هو أنه يجب علينا كصحفيين أن نعطي الناس ما يمكنهم أن يلمسوه بأنفسهم.

فمثلا، لا يمكن الاكتفاء بالقول إن درجة الحرارة هي ٤٢ على مقياس سيليز، بل يجب أن يشعر المتلقي أن الحرارة فعلياً هي ٤٢ في الخارج، حتى ولو كان جالساً في منزله أو مكتبه المجهز بوسائل التبريد.

إذا كان هذا هو واقع الحال في الأخبار العادية، فما بالك في التحقيق الصحفي الذي يحمل قضية غالباً ما تكون معقدة وتحتاج إلى تمهيد وتحليل وكشف للحقائق وصولاً إلى النتيجة المبتغاة. من البديهي أن يكون من بالغ الصعوبة إجبار شخص على مشاهدة أو قراءة تحقيقي الصحفي إلا بحال واحدة: أن أجعله يشعر وكأنه داخل الحدث يرى ما أراه ويسمع ما أسمعه، أن يدخل تحقيقي إلى صلب حياته اليومية فأقنعه بأن قضية تحقيقي هي قضيته، وأن الاستنتاج الذي سيظهر في نهاية التحقيق يحمل إليه اكتشافاً يهمه الاطلاع عليه. ولكن كيف؟

الأمر يختلف باختلاف الوسيلة الإعلامية التي ينشر التحقيق الصحفي عبرها:

* فإذا كانت محطة تلفزيونية، فإن الوسيلة تكمن في

الصورة أو بمعنى آخر المشهدية. يجب أن يُنقل المُشاهد من خلال التلفاز إلى أرض الواقع فيرافق المحقق الصحفي في جولته وزياراته، يرى ما يراه، ويلمس الحقائق بنفسه ليشعر في النهاية أن استنتاج المحقق الصحفي ليس سوى تعبير عن استنتاجاته هو وقناعاته هو. فمثلاً إذا تناول المحقق قضية تتعلق بالفقر والمجاعة، عليه أن ينتقل بكاميرته إلى ميدان حقيقي فيه أناس فقراء واطفال جياع، لا أن يكتفي بمقابلات مع أصحاب القرار والجمعيات المعنية أو يعرض على الشاشة مجرد وثائق وإحصاءات. والتلفاز هنا يملك من قدرات الصورة ما يمكنه بسهولة من التأثير على الرأي العام، فالمشهد التلفزيوني يحتوي على مزيج من الصورة والصوت الحي وصوت المعلق وربما تدخل على كل هذا مؤثرات خاصة كالإضاءة والموسيقى إلخ... كل هذا كفيل بأن يجعل المُشاهد يتفاعل بمشاعره وأحاسيسه مع المشهد الذي ينقل إليه عبر الشاشة.

* أما إذا كانت الوسيلة الإعلامية محطة إذاعية، فإن الصوت هو الذي يجب أن ينقل المستمع إلى أرض الواقع. نعم، قد لا يكون الأمر بسهولة المشهد المصور، فالصوت ومجرد الصوت ينبغي أن يخترق حاسة السمع ليصل إلى مخيلة المستمع

فيجعله يرى ببصيرته وليس ببصره المكان الذي يتجول فيه المحقق. هنا على المحقق أن يستعين قدر الإمكان بالأصوات الحية التي يصادفها في طريقه، عليه أن يسجل كل شيء يتعلق بوقائع تحقيقه. فمثلاً لو كان المحقق الصحفي يعرض لقضية اقتصادية حول ارتفاع أسعار المحروقات، عليه أن يسجل الأصوات الحية على الطرقات من صوت الازدحام وأبواق السيارات، إلى أصوات عمال إحدى محطات بيع المحروقات حتى أصوات آلات التزويد بالوقود، بل وربما صوت احتكاك النقود أثناء عدّها إذا أمكن إلخ.. وإضافة إلى هذه الأصوات، فإن الإذاعة تتمتع بهامش استخدام المؤثرات الصوتية خصوصاً الموسيقى والإيقاعات التي تتناسب والموضوع الذي يجري التحقيق بشأنه.

* ولكن ماذا لو كانت الوسيلة الإعلامية مكتوبة، هنا تصبح المهمة أصعب، فلا صورة ولا صوت ولا مؤثرات. وحدها الكلمة ينبغي أن تقوم بالدور كله. نعم، يمكن استخدام الصور الفوتوغرافية بل يجب استخدامها، ولكن كم صورة يسمح لي حجم الصفحة أن أضع؟ واحدة.. إثنتان... ثلاث، هذا قد يجذب القارئ إلا أنه لن ينقله إلى داخل الحدث. لكن هذا لا يعني أن التحقيق

الصحفي المكتوب لا يستطيع الدخول إلى مخيلة القارئ. فالتعابير التشبيهية والمجازية يمكن أن تصل إلى مخيلة القارئ بذات القدر الذي تصل إليه الصورة أو الصوت وربما بأبعد من ذلك.

الموضوعية

كثيراً ما تُنتقد وسيلة إعلامية ما بسبب عدم مراعاتها شرط الموضوعية في تعاطيها مع أي ملف من الملفات. فالموضوعية باب مشترك لجميع المواد الإعلامية باختلاف أنواعها وأشكالها، وهي شرط أساس من شروط نجاح العمل الإعلامي والصحفي على وجه الخصوص. ولكن ماذا نعني بالموضوعية؟

خلال بحثي عن المعنى الاصطلاحي لهذه الكلمة في المؤلفات العربية، لمست غياب الإجماع عند المؤلفين على تفسير هذه الكلمة، فالبعض فسّرها بأنها مرادف للحيادية وعدم الانحياز لطرف دون آخر، والبعض الآخر ذهب إلى اعتبار الموضوعية بأنها المصداقية في نقل الأحداث والمعلومات، والبعض الثالث وجدتُه يفسر الموضوعية بأنها المقاربة الواقعية للأحداث ويعتبر أنها نقيض الاستنتاجات والآراء.

عدم الإجماع هذا، دفعني إلى البحث عن المصدر الأصلي للكلمة، فوجدتها مشتقة من مصطلح لاتيني هو

بالانگليزية «Objectivity»، ولدى تمعني في البحث وجدتُ تـمـيـيـزاً مـا بـيـن هـذا الـمـصـطـلـح ومـصـطـلـح الـحـيـاديـة «Neutrality»، وبالتالي فإن الموضوعية شيء، والحيادية شيء آخر.

ومـن خـلال جـمـلـة مـا قـرأت ونـاقـشـت فـي عـدد مـن الـدورات الـتـدريـبـيـة وورش الـعـمـل الـتـي كـان لـي شـرف المشاركة فيها تحت إشراف عدد من كبار الصحفيين، تكوّن لدي مفهوم واضح حول معنى الموضوعية.

فـهـي قـبـل كـل شـيء لا تـعـنـي الـحـيـاديـة بـأي حـال مـن الأحـوال، وفـي هـذا أتـفـق مـع الـزمـيـل عـبـد الله شـمـس الـديـن، الـمـراسـل الـمـخـضـرم ورئـيـس الـتـحـريـر فـي قـنـاة المنار، بأن «. . . . الحيادية، تلك العبارة التي أصبحت ملازمة لكلمة الصحافة، رغم اقتناع كل من عمل في مجال الصحافة بأنها أكذوبة لا يمكن لأي صحافي تطبيقها. . . لأنه كونك صحافياً فأنت صاحب رأي، ويستحيل أن يكون هناك صحافي دون خلفية ثقافية أو سياسية أو عقائدية، مما يشكل مخزوناً كبيراً يفرض نفسه بقوة في أي عمل تقوم به كصحافي»[1].

كـمـا يـحـذر بـول فـاتـسـلاويـك فـي كـتـابـه (مـدى حـقـيـقـة الـحـقـيـقـة) قـائـلاً: «إن أخطر أنواع الوهم هو القول إن هناك

---

(١) عبد الله شمس الدين، ذاكرتي على جبهات عراقية، دار الهادي، ٢٠٠٥ ص٩.

حقيقة واحدة. . . من المفيد أن تذكر أن القيود الخارجية المفروضة على نقل المعلومات بدقة ليست إلا جانباً من القصة، لأن نظام القيم الداخلي الخاص بك، ونزعات التحيز بداخلك، ودرجة تكيفك الثقافي، وفلسفة الوجود الخاصة بك، هي أجزاء لا تتجزأ من تكوينك الصحفي»[1].

فأنا كصحافي عربي مثلاً كيف يمكن لي أثناء نقلي لحدث اجتياح بلد عربي آخر أن أكون حيادياً فأتعاطى مع المحتل أو الغازي كما أتعاطى مع المدافع عن أرضه وعِرضه والمبادئ التي نشترك سوية في الايمان بها؟ الحيادية بهذا المفهوم تعني المساواة بين الجاني والضحية بالمفهوم الانساني والأخلاقي.

ولكن، **كوني صحافياً معنياً بأن أكون موضوعياً** لا يعني أنني نيابة عامة وقاضٍ وجلاد في آن واحد، أنتقي الوقائع التي تناسب أحكامي المسبقة ثم أوجه التهم وفق خلفياتي وتوجهاتي السياسية والعقائدية ومن ثم أصدر حكماً يدين أو يبرئ من دون الاستناد إلى حيثيات منطقية.

فأنا وإن كنت أنحاز بطبيعتي الانسانية إلى الضحية، فينبغي أن أظهر الوجه الآخر من القضية، فلا ضحية من دون جانٍ، وهذا الجاني ينبغي أن يحكم عليه الرأي العام

---

(١) ألبرت ل. هستر، و واي لان تو: دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة ١٩٩٢ ص١١.

بأنه كذلك من خلال الوقائع الملموسة التي أعرضها عليه. بمعنى آخر، يجب أن أتعاطى كصحفي مع المشكلة وأعرضها بعيداً عن رأيي الشخصي أو آرائي المسبقة حول هذا الموضوع أو ذاك: **يجب أن تكون صورة الموضوع الذي أطرحه في تقريري، أو تحقيقي الصحفي، كاملة وواضحة وتستند إلى وقائع صادقة وتعكس جميع وجهات النظر المتعلقة بالإشكالية التي يتطرق إليها الموضوع، بعيداً عن رأيي الشخصي لأن رأيي لا يهم أحداً.**

خذ على سبيل التوضيح هذا المثال:

لنفرض أننا بصدد إعداد تحقيق حول مشكلة انقطاع المياه في منطقة معينة، فإن الطرفين المعنيين بهذه المشكلة هما: المواطنون العاديون والسلطة المسؤولة عن إدارة المياه. يجب أن لا أعرض في التحقيق شكوى المواطنين وتحميلهم للسلطة المسؤولية من دون أن أعرض رأي القيمين على تلك السلطة وإظهار مدى تقصيرهم ومسؤوليتهم حيال المشكلة، والعكس صحيح.

ولكن ماذا لو رفض أحد الطرفين المعنيين بالمشكلة التحدث إليك؟

الإجابة ببساطة: أذكر ذلك في التحقيق، فهذا كافٍ لتوفر الموضوعية. فكلما توفر ظرف قاهر يمنع من الاستماع إلى الطرف الآخر، فإن ذكر ذلك المانع يكفي لتحقق شرط الموضوعية.

كما أن عرض رأي الطرف الآخر لا يعني بالضرورة أن يتم ذلك عبر مقابلة مصورة معه أو الحصول منه على تصريح، فيمكن أن أعرض لسلوك معروف أنه منسوب إليه، أو لوثيقة صادرة عنه، إلخ.

فعرض قضية تتعلق بالصراع العربي الإسرائيلي، لا يعني توفر الموضوعية فيها أن أقوم، كصحافي عربي أعتبر إسرائيل عدواً، بإجراء مقابلة مع مسؤول إسرائيلي لمجرد أنني قمت بالمثل مع شخصية فلسطينية.

في الواقع، هذا ما فعله الزميل خالد الفقيه، مراسل المنار في فلسطين المحتلة عندما أعد تحقيقاً حول قرية فلسطينية منسية، حوّلها الاحتلال إلى ما يشبه المزرعة. الزميل الفقيه اعتمد في عملية إثبات وجود القرية على الوثائق وشهادات الشهود والمعاينة المباشرة لبعض الأطلال، واكتفى بعرض الكتابات العبرية على اللوحات التعريفية أو على جدران بعض المنازل القديمة في تلك المنطقة. وقد نال هذا التحقيق المرتبة الثانية في مسابقة الصحفي المتقصي للعام ٢٠٠٥، والتي تجريها سنوياً مؤسسة تومسون البريطانية.

نعم، يكفي أن أعرض التصرف الذي يقوم به الجانب الإسرائيلي، ومن ثم أحصل على ردّة فعل من الجانب الفلسطيني المقهور.

وهنا أيضاً يطرح سؤال آخر: هل انتقائي للسلوك أو التصرف أو مقطع صوتي من مقابلة يعتبر مخالفة

للموضوعية إذا قمت بانتقاء جانب من التصريح أو السلوك وأهملت الجانب الآخر؟

هنا ينبغي أن نفرق بين حالتين:

١ ـ الانتقائية التي تغيّر المعنى الذي قصده المتحدث، أو تحوّر السلوك الذي قام به الشخص فعلاً. كأن أظهر نجاراً يقوم بإصلاح باب منزل على أنه يقتحم منزلاً بلا إذن، فأنتقي مشهد ضربه القفل بالمطرقة وأغفل المشاهد المتعقة بإصلاح الباب، فهذا لا يعتبر موضوعية وإنما تضليل وافتراء.

٢ ـ الانتقائية التي تخدم مصلحة الوسيلة الإعلامية لكنها لا تغير المقصود من فعل الشخصية أو قولها. كأن تكون الشخصية قد صرحت بجملة مواقف مستقلة، فقمت كصحفي بانتقاء موقف واحد يخدم رسالتي وباشرت باستثمار هذا الموقف لمصلحة تقريري أو تحقيقي، وهذا لا يتنافى مع الموضوعية.

الأدلّـــة

إنه الركن الأساس من أركان التحقيق الصحفي، بل إن جميع الأركان الأخرى وعلى أهميتها لا ترقى إلى أهمية الأدلة في إضفاء صبغة التحقيق الصحفي على أي عمل إعلامي.

الأدلة هي الشغل الشاغل للمحقق، فمن دونها لن يستطيع الوصول إلى أي حقيقة، وأي خطوة يخطوها باتجاه الخروج بنتيجة من دون أدلة ستكون تهوراً يوقعه في أكثر الأحيان داخل دائرة فقدان المصداقية والسمعة بل والمساءلة القانونية أحياناً.

وليس في الأمر مبالغة إذا قلنا إن المستقبل المهني للمحقق الصحفي هو دائماً على المحك عندما يكون بصدد إعداد تحقيق استقصائي ينوي من خلاله كشف عدد من الأدلة توصل إلى حقيقة ما.

والأدلة بهذا المعنى يجب أن تكون **أدلة دامغة ومباشرة وواضحة لا لبس فيها**، تماماً كما تفعل الشرطة القضائية في محاولتها اكتشاف ملابسات الجريمة. **نحن أمام تلك**

العبارة الشهيرة: **لا قضية بلا أدلة**، فالدليل الصحفي هو ذاته الدليل القضائي الذي يدين متهماً أو يبرئ مظلوماً أو يكون سبباً في إعطاء كل ذي حق حقه.

أنواع الأدلة الصحفية:

الأدلة التي ينبغي أن يسعى وراءها المحقق الصحفي ترتبط بديهياً بالوسائل التي يملكها الصحفي، وهي على الشكل التالي:

١ ـ المقابلات: وهي الحوارات المسجلة التي يقوم بها الصحفي مع الأشخاص المعنيين بالقضية موضوع البحث، حيث يمكن أن تحتوي هذه الحوارات على شهادات شهود أو خبراء، بل ويمكن أن تكشف اعترافات مباشرة او غير مباشرة تدين أصحابها أو أشخاصاً آخرين.

٢ ـ الوثائق: وهي الأوراق الثبوتية التي تحمل معلومات أو إحصاءات موثقة تشكل دليلاً لإثبات فكرة ما أو واقعة معينة. وكما أن الأصول القانونية تستدعي إبراز هذه الوثائق كي تصبح أدلة يعتد بها، أيضاً فإن المصداقية الصحفية تستوجب على المحقق الصحفي أن يعرض هذه الوثائق على الرأي العام كما هي بدون أي تحريف أو تصرّف مع ذكر إسم الجهة الصادرة عنها وتاريخ إصدارها خصوصاً إذا كنا بصدد وثائق رسمية.

٣ ـ الصور: وهذا النوع من الأدلة لا يستخدم إلا في الصحافة المرئية على شكل مشاهد مصورة والصحافة المقروءة على شكل صور فوتوغرافية، كون وصف مضمون الصورة من دون عرضها لا يعتبر دليلاً، وهذا أمر بديهي. ويجب أن تحتوي الصورة على وقائع واضحة ومباشرة، مع إمكانية استخدام الأسهم والدوائر التوضيحية التي تشير إلى المعلومة الحساسة المراد إظهارها كدليل.

وفي جميع الأحوال على المحقق الصحفي أن يأخذ احتياطاته قبل نشر أي دليل أو الخروج باستنتاج مبني على الأدلة التي بحوزته وذلك من خلال استشارة خبير في الشؤون القانونية إذا لم يكن هو ضليع بهذه الأمور، لأن أي نقطة ضعف قانونية في الأدلة أوالاستنتاجات قد تعرّض الصحفي لمشاكل عديدة، وتاريخ الصحافة حافل بحالات كهذه.

وعلى سبيل المثال ما حصل خلال العام ٢٠٠٦ مع الزميل فراس حاطوم، مراسل قناة الجديد (نيو تي في)، عندما دفعه حسه التحقيقي إلى دخول شقة شاهد عيان في قضية اغتيال الرئيس رفيق الحريري. فبرغم حصول الزميل حاطوم على إذن صاحب الشقة وحارس المبنى، إلا أن دخوله الشقة من نافذتها واحتفاظه ببعض الوثائق التي تعتبر أدلة صحفية، دفع بالقضاء اللبناني إلى توقيفه بتهمة الدخول إلى شقة محرز عليها قضائياً بطريقة غير

مشروعة، قبل أن يعود القضاء عن قرار التوقيف ويخلي سبيل حاطوم ورفيقيه بعد أشهر من التوقيف الاحتياطي، كان الزميل بغنى عنها لو أنه استشار خبيراً قانونياً في أصول المحاكات الجزائية وقانون العقوبات.

ولكن هناك سؤالاً قد يطرح نفسه: هل ينبغي على المحقق الصحفي أن يجمع كل الأدلة المتعلقة بقضية قبل أن يخلص إلى النتيجة المرادة، وبمعنى آخر كم هو عدد الأدلة التي يجب على المحقق الصحفي جمعها لإنهاء تحقيقه؟

قبل الإجابة عن هذا التساؤل لا بد من الإشارة إلى أن كل قضية يعمل المحقق الصحفي على كشف خفاياها يكون لها خصائص معينة، وهذه الخصائص ترتبط بنوع الأدلة التي يحتاج المحقق الصحفي للبحث عنها. فالقضية الاجتماعية تختلف عن تلك القانونية أو السياسية وغيرها من القضايا. وعلى سبيل المثال: إن خصائص الإهمال الحكومي تتمثل في وجود قوانين أو مراسيم تلزمها بواجب معين من جهة، ومن جهة أخرى عدم تنفيذ الحكومة ما هو مطلوب منها وفق هذه القوانين أو المراسيم، وبالتالي على المحقق الصحفي أن يجد أولاً الدليل الذي يثبت وجود مثل تلك القوانين أو المراسيم (وثائق، منشورات رسمية، إلخ..) ومن ثم تقديم الأدلة على أن الحكومة لا تنفذ هذه القوانين (صور حية ومعاينة لبعض المواقع)، وهذان الدليلان يختلفان بالتأكيد عن

الأدلة التي يحتاجها المحقق الصحفي فيما لو كان يعمل على قضية جنائية أو اقتصادية إلخ. . ما يعني أنه على المحقق أن يحدد طبيعة وخصائص القضية التي هو بصدد البحث لها عن أدلة، ويمكن في هذه الحالة كما أشرنا سابقاً إلى استشارة ذوي الخبرة والاختصاص في هذا المجال.

وبالعودة إلى التساؤل المذكور أعلاه، هنا نحن أمام حالتين:

١ ـ **الأدلة الرئيسية**: وهي الأدلة التي ترتبط مباشرة بالقضية موضوع التحقيق، إذ تكفي بذاتها لتدين أو تبرئ جهة ما أوتكشف حقيقة ما. وفي هذه الحالة، يمكن للمحقق الصحفي الاكتفاء بدليل واحد أو تدعيمه بدليل رئيسي آخر للوصول إلى النتيجة وختم التحقيق.

٢ ـ **الأدلة المكملة**: والمقصود بها تلك الأدلة التي لا ترتبط بشكل مباشر بالقضية موضوع التحقيق، لكنها قد تمهد الطريق لكشف النقاب عن دليل رئيسي، أي أن الأخير يحتاج إلى سلسلة أدلة فرعية للتوصل إليه. وهنا يحتاج المحقق الصحفي إلى عرض كامل السلسلة من الأدلة مهما بلغ طولها للوصول إلى الدليل الرئيسي الذي يمكنه من ختم تحقيقه.

النتيجـة

عند النتيجة ينتهي المطاف ويصل المحقق الصحفي إلى الزبدة التي عمل طوال الوقت للكشف عنها. إنها خاتمة التحقيق الذي ابتدأ فكرة ومرّ بالكثير من المحطات الصعبة بدءاً من المعاينة الواقعية مروراً بالاطلاع على وجهات النظر وجمع الأدلة، ولا يمكن لهذه الخاتمة إلا وأن تحمل الاستنتاج النهائي الذي يحتاج الرأي العام لمعرفته.

نعم قد يكون الاستنتاج صار حاضراً في ذهن المتلقي من خلال سرد الوقائع وعرض الأدلة، لكنه لن يرضى إلا بسماع هذا الاستنتاج من فم المحقق الصحفي نفسه، تماماً كما ينتظر الحاضرون في المحكمة حكم القاضي في قضية باتت معروفة الوقائع والإثباتات بالنسبة إليهم. وكثيراً ما يكون النطق بالنتيجة يحتاج إلى جرأة وشجاعة من المحقق الصحفي الذي تصدى لكشف ملابسات إحدى القضايا، فليس سهلاً أن يقف المحقق أمام الرأي العام بما فيه من مسؤولين وأصحاب سلطة وأناس عاديين

ليقول: إذاً فهذه هي النتيجة، هذا مدان وذاك بريء، أو أن يقول: بعد كل ما سمعناه، الحل لا يكون إلا من خلال كذا وكذا.

لكن السؤال الذي غالباً ما يطرح في هذا المجال: هل ينبغي دائماً التوصل إلى كشف الحقيقة أو الحل لاعتبار ذلك نتيجة ملائمة لختم التحقيق؟

في الواقع النتيجة على نوعين:

١ ـ نتيجة مقفلة:

وهي النتيجة التي ينجح المحقق الصحفي في الوصول إليها، فيكشف النقاب الأخير عن ملابسات القضية برمتها. وهي أرقى أنواع النتائج: فهي أولاً ترضي الرأي العام، وثانياً تثبت أن المحقق الصحفي نجح في كشف الحقيقة التي كانت مخفية لولا عمله وجهده. ومع هذه النتيجة المقفلة يقفل ملف القضية موضوع التحقيق بشكل نهائي كون جميع عناصر المعلومات قد اكتملت من بدايتها إلى إشكاليتها إلى حلّها.

٢ ـ نتيجة مفتوحة:

وهي بعكس النتيجة المقفلة، لا يصل فيها المحقق الصحفي إلى الحقيقة المتوخاة، فبرغم تقديم الأدلة الرئيسية والمكملة، وعرض جميع الوقائع والمعلومات، إلا أنه لم يتوصل إلى إماطة اللثام

عن وجه الحقيقة أو الحل لسبب أو لآخر. وفي هذا الحال، لا يفقد التحقيق الصحفي ماهيته، بل يبقى كذلك طالما أن المحقق الصحفي ضمّن خاتمة تحقيقه نتيجة من هذا النوع من خلال استخدامه جملتين:

(أ) جملة إستفهامية: يطرح فيها المحقق تساؤلاً يقصد فيه الإشارة إلى أنه لا يملك صلاحية البت في هذه القضية موضوع التحقيق، كالقول مثلا: إلى متى سيظل الحال كما هو عليه؟ أو القول: من يعيد إلى هؤلاء المظلومين حقهم بعدما بانت مظلوميتهم؟

(ب) جملة ظرفية: وهي الجملة التي يؤجل فيها المحقق كشف الحقيقة الكاملة إلى ظرف ما أو تعويله لكشف الحقيقة على حدوث أمر ما، كالقول مثلاً: سيظل هذا الأمر لغزاً حتى إشعار آخر، أو القول: قد لا تظهر الحقيقة إلا حينما تعترف الجهات المعنية بمسؤوليتها.

التشـويـق

إذاً، فقد أنهيتُ تحقيقي الصحفي مع وصولي إلى الخاتمة من خلال عرض النتيجة التي توصلتُ إليها، ولكن لا بد أن أسال نفسي سؤالاً قبل نشر التحقيق: هل يتمتع تحقيقي بقدرة كافية لجذب الجمهور؟

سؤالٌ منطقي وجوهري، إذ كيف لي أن أوصل رسالتي إذا لم يشاهد أحد تحقيقي الصحفي أو يسمعه أو يقرأه؟

هل فكر أحدنا أثناء إعداده لأي مادة صحفية سيطرحها على الرأي العام خصوصاً التحقيق الصحفي، أن هناك متلقياً يجلس أمام جهاز تلفازه الذي يلتقط في عصرنا الحالي أكثر من مائة قناة محلية وفضائية وبيده آلة التحكم عن بعد يبحث عمّا يثير فضوله ويسترعي انتباهه؟

لقد أضافت الثورة المعلوماتية على العمل الصحفي مشقة إضافية عنوانها: جذب المتلقي، وبالتالي لا يكفي أن يكون تحقيقي الصحفي واقعياً وموضوعياً ومبنياً على أدلة مباشرة تساعد على الخروج بنتيجة مقنعة، بل ينبغي

أن ينجح في إثارة فضول المتلقي واهتمامه ورغبته في المتابعة مهما كانت الإغراءات حوله، وإلا كان مصير عملي المضني في كشف الحقيقة الإعدام تحت مقصلة «الريموت كونترول» وبكبسة زر واحدة من المتلقي الذي يملك الحق في ضرب جهدي بعرض الحائط طالما أنه دفع من جيبه ثمن التلفاز أو المذياع أو الصحيفة.

وحتى ينجح عمل إعلامي ما في إثارة فضول المتلقي ينبغي أن يتوفر في هذا العمل عنصر الإثارة والتشويق. ولكن كيف؟

الإجابة هي واحد من اثنين:

١ ـ من خلال أي ركن من أركان التحقيق الصحفي السالفة الذكر: فقد يكون ركن الواقعية أو الموضوعية أو الفكرة أو الأدلة كافياً بذاته لتوفير عنصر التشويق، فقد تكون المشاهد الواقعية مثلاً تتضمن اجتيازاً لمخاطر جسيمة ما يكفي لتحريك غريزة حب المغامرة لدى المشاهدين فيتحمسون لمتابعة المزيد، أو تكون الشخصيات التي أستضيفها في تحقيقي الصحفي هي من الشخصيات الفريدة التي تشغل بذاتها الرأي العام أو تثير لديهم التساؤلات فينجذبون لسماع ما يقولون أو يفعلون. وهكذا..

٢ ـ لكن ماذا لو لم يرقَ أي ركن من تلك الأركان إلى مستوى جذب الرأي العام، كما لو كنا بصدد

التحقيق في قضية اقتصادية أو تشريعية صرفة لا تحمل وقائعها سوى أرقام ومواد قانونية وشخصيات أكاديمية جامدة. هنا لا بد من اللجوء إلى تلك الكلمة السحرية التي تجذب كل الناس باختلاف أعمارهم وثقافتهم وتوجهاتهم: **القصة**.

إنها الكلمة التي تحوّل تحقيقي الصحفي من صور وكلمات جامدة لا تحرك مشاعر أحد إلى قصة درامية أو كوميدية تستهوي جميع شرائح المجتمع كما تستهويهم الأفلام السينمائية والروايات المكتوبة. فالقصة تدخل إلى حياة الناس خفيفة الظل يتقبلونها كيفما كانت لأنهم مُذ كانوا أطفالاً يسعون دائماً من أجلها. **ولكن كيف أحول تحقيقي الصحفي الجامد الثقيل إلى قصة؟**

الأمر سهل للغاية.

إن أي قضية من القضايا التي تحدث على كوكب الأرض هي مرتبطة بشكل أو بآخر بالإنسان. فالسياسة والاقتصاد والقوانين والبيئة.. كلها مفردات وضعت من الإنسان ولأجله، وبالتالي فإن الانسان وثيق الصلة بهذه المفردات والعناوين. ولمّا كان الأمر كذلك، أصبح من السهل أن أجد إنساناً تربطه صلة وثيقة بموضوع التحقيق الذي أسعى لإطلاع الناس عليه، فأجعله عنواناً لتحقيقي الصحفي وأُدخله في وقائع التحقيق على شكل قصة تجذب نظراءه في الخلق من الذين يرون فيه احتمال أن يصيبهم ما أصابه.

ولعل هذا ما ينطبق على القاعدة التي تقول: **الانطلاق من الأخص إلى الأعم**.

وعليه فإن تحقيقي الصحفي يجب أن يكون ببساطة على الشكل التالي: **أنظروا كيف يعيش هذا الشخص، تعالوا نعلم لماذا**.

لتوضيح الفكرة سنعرض تحقيقاً صحفياً نُشر وفق أسلوبين: الأول بطريقة تقليدية والثاني بطريقة القصة.

الفكرة قانونية بحتة تدور حول ظاهرة شراء الشقق السكنية على الخريطة، أي شرائها من تاجر البناء قبل تشييد البناء نفسه. وفي ظل غياب القوانين التي تنظم هذه الظاهرة، يقع العديد من المواطنين ضحية أعمال نصب واحتيال.

الطريقة التقليدية	طريقة القصة
تشهد العاصمة بيروت فورة متزايدة في بناء المجمعات السكنية نظراً للنمو السكاني المتزايد جراء الهجرة الداخلية وتركيز الرساميل الجاذبة للأيدي العاملة في العاصمة دون غيرها من المناطق. لكن هذه الفورة يقابلها إقبال كثيف على شراء العقارات السكنية من قبل المواطنين للأسباب التالية:	**أبو غسان رجل أربعيني وأب لخمسة أولاد أكبرهم في السابعة عشرة، يقف أمام قطعة الأرض المحجوز عليها قضائياً في منطقة فردان حيث كان من المفروض أن يشيد عليها «برج الأحلام». «طار البرج وطارت معه أحلامي بامتلاك شقة العمر التي دفعت فيها جنى العمر»، يقول أبو غسان وهو يحدق في الفراغ المشيد على قطعة الأرض.**

١ ـ إرتفاع المداخيل لدى موظفي قطاعي السياحة والخدمات المزدهرين في العاصمة نتيجة جذب الرساميل والاستثمارات.

٢ ـ التسهيلات المصرفية التي أقرتها الحكومة حيال راغبي شراء الشقق تشجيعاً لتحريك الأموال وليس تجميدها مقابل تشديد الشروط القانونية على الاستئجار وتخفيض الفوائد على الأموال المجمدة لآجال طويلة. (المادة الثانية من قانون العقارات ١٠٢/ ١٩٩٤)

٣ ـ إستمرار دخول أموال المغتربين إلى لبنان واستثمارها في مجال البناء والعقارات على نحو مطرد. (تقرير البنك الدولي حول الأوضاع المالية في لبنان الصادر بتاريخ ١٠/ ١٠/ ١٩٩٥).

لكن الصورة المشرقة ليست كاملة، فوفق آخر إحصائية أجرتها وزارة العدل تبين أن عدد قضايا جرم الاحتيال والاستيلاء على الأموال بغير وجه حق في العقارات قد ارتفعت بشكل ملحوظ خلال الأعوام الأخيرة، وأن نسبة الارتفاع بلغت نحو

«من المفروض أن تكون شقتي هناك في الأعلى في الطبقة التاسعة، لكن النصّاب فرفوري أخذ مالي الذي جمعته على مدار عشرين سنة من الغربة ليعيدني إلى الصفر ويحرمني من امتلاك الشقة التي كنت أمني النفس بها».

إنها قصة جديدة من قصص شراء ما بات يسمى شققاً على الخريطة. أربعون ألف دولار دفعها أبو غسان كدفعة أولى من ثمن الشقة التي أعجبته مواصفاتها على الخريطة التي أراه إياها المدعو نزار فرفوري قبل أن يعلن إفلاسه قبل بناء حجر واحد من المشروع الذي تبين أنه باع نحو عشرين شقة منه ليبلغ مجموع ما حصل عليه من أموال نحو نصف مليون دولار. ولما لم يجد القضاء سوى حجز قطعة الأرض التي لا يملك فرفوري غيرها والتي لا تتجاوز قيمتها المئة ألف دولار، وجد أبو غسان نفسه أمام انتظار أبدي لتحصيل حقه. ولكن لماذا تحصل مثل هذه الأمور؟

يقول المحامي في الاستئناف د. خليل هاشم إن هذه المشاكل ترتبط بالفورة الاسكانية التي تشهدها البلاد خلال السنوات الأخيرة الماضية.

٥٥٪ عما كان عليه عدد القضايا خلال عامي ١٩٨٩ و ١٩٩٠ .
المحامي في الاستئناف د. خليل هاشم يفسر هذا الأمر بأن الفورة الإسكانية لم يقابلها تحديث لقانون الموجبات والعقود المعمول به منذ العام ١٩٤٣ . وبالتالي فمواد القانون تفتقد إلى النصوص التي تنظم عملية ما بات يعرف بشراء الشقق على الخريطة ، فيقدم المشتري على عملية شراء عقار غير موجود ولكن بمواصفات يحددها له البائع . والقانون المعمول به حالياً يقول في المادة الأولى من باب البيع إنه على موضوع الشراء أن يكون عينياً أي موجوداً ومحدداً ، وهذا ما هو غير متوفر في بيع الشقق على الخريطة ، وبالتالي فإن البيع يعتبر باطلاً .
لكن د. هاشم يضيف أنه وبسبب غياب النصوص القانونية التي تنظم حاجة مستجدة هي الشراء على الخريطة ، فإن تجار البناء لا يبرمون عقود بيع مع المشترين ، بل يكتفون بتوقيع عقد تمهيدي أو يوقعون على وصولات بالمبالغ التي يتلقونها ، ثم يشيد البناء

فورة لم يقابلها تحديث لقانون الموجبات والعقود المعمول به منذ العام ١٩٤٣ . وبالتالي فمواد القانون تفتقد إلى النصوص التي تنظم عملية ما بات يعرف بشراء الشقق على الخريطة ، فيقدم المشتري على عملية شراء عقار غير موجود ولكن بمواصفات يحددها له البائع . والقانون المعمول به حالياً يقول في المادة الأولى من باب البيع إنه على موضوع الشراء أن يكون عينياً أي موجوداً ومحدداً ، وهذا ما هو غير متوفر في بيع الشقق على الخريطة ، وبالتالي فإن البيع يعتبر باطلاً .
لكن د. هاشم يضيف أنه وبسبب غياب النصوص القانونية التي تنظم حاجة مستجدة هي الشراء على الخريطة ، فإن تجار البناء لا يبرمون عقود بيع مع المشترين ، بل يكتفون بتوقيع عقد تمهيدي أو يوقعون على وصولات بالمبالغ التي يتلقونها ، ثم يشيد البناء ليتضح أنه بغير المواصفات التي تم الاتفاق عليها ، إن بقصد أو من غير قصد من التاجر ، فتقع المشكلة ، ولا حل في القانون . وذات الأمر ينطبق بحال إفلاس التاجر وعدم قدرته على إكمال البناء أو تشييده أصلاً ، هذا إذا

ليتضح أنه بغير المواصفات التي تم الاتفاق عليها، إن بقصد أو من غير قصد من التاجر، فتقع المشكلة، ولا حل في القانون.

إذاً، فالقضية تحتاج إلى استحداث قوانين من خلال تشريعات جديدة، فلماذا لا يتم ذلك؟

يكشف رئيس لجنة الإدارة والعدل النيابية النائب سعيد رزق أن اللجنة رفعت منذ أشهر طلباً إلى مجلس الوزراء لإعداد دراسة حول رؤيتها لتنظيم شراء الشقق على الخريطة لكنها لغاية الآن لم ترد الجواب، ما يعني أنه على اللجنة أن تقوم بتكليف لجنة تحديث القوانين المشكلة بناء على قرار مجلس النواب بإعداد دراسة حول هذا الأمر لطرحها لاحقاً على المناقشة في مجلس النواب.

وحتى ذلك الحين ستبقى الأمور على ما هي عليه، ما يعني أن عدد النزاعات القضائية سيزيد والخسائر الاقتصادية ستتفاقم جراء هدر الأموال وسرقتها.

لم يكن المشترون وقعوا ضحية جريمة احتيال عن سبق إصرار وتخطيط.

إذاً، فالقضية بحسب د. هاشم تحتاج إلى استحداث قوانين من خلال تشريعات جديدة، فلماذا لا يتم ذلك؟

يكشف رئيس لجنة الإدارة والعدل النيابية النائب سعيد رزق أن اللجنة رفعت منذ أشهر طلباً إلى مجلس الوزراء لإعداد دراسة حول رؤيتها لتنظيم شراء الشقق على الخريطة لكنها لغاية الآن لم ترد الجواب، ما يعني أنه على اللجنة أن تقوم بتكليف لجنة تحديث القوانين المشكلة بناء على قرار مجلس النواب بإعداد دراسة حول هذا الأمر لطرحها لاحقاً على المناقشة في مجلس النواب.

وحتى ذلك الحين سيبقى أبو غسان وغيره من نظرائه اللبنانيين ينتظرون، هذا إذا أنصفتهم القوانين الجديدة ولم يمنع تنفيذها بمفعول رجعي ليكون من ضرب ضرب ومن هرب هرب والعوض على رب العالمين.

بعد تبيان الأثر الكبير الذي تتركه القصة على مواضيع من هذا النوع، لا بد من الاشارة إلى نقطة إضافية بالغة الأهمية.

لنتخيل أننا نجلس أمام شاشة تلفاز لمشاهدة نشرة إخبارية مفصلة مدتها ٤٥ دقيقة. كيف سيكون اندفاعنا وتركيزنا على متابعة تفاصيل مضمون تلك النشرة؟

وفق دراسة أجرتها محطة سي بي أس التلفزيونية الأميركية تبين ما يلي:

٩٠٪ من تركيز المُشاهد يصب في بداية النشرة (الخمس دقائق الأولى)

٦٠٪ إبتداءاً من الخبر الثالث في النشرة

٤٠٪ عند منتصف النشرة

١٠٪ في الربع الأخير من النشرة.

ووفقاً لما جرت عليه الأمور، فإن التحقيقات المصورة لا يكون ترتيبها داخل النشرة قبل الخبر الثالث في أحسن الأحوال، كون الأولوية تكون لآخر أخبار الساعة على شكل تقارير إخبارية سردية.

وبالتأكيد فإن النشرة قد تتضمن عدداً من التحقيقات القصيرة تتناول مواضيع مختلفة. من الطبيعي أن المُشاهد سيرفع من نسبة تركيزه حيال التحقيق الذي يثير عنوانه فضوله واهتمامه، ولكن ماذا لو كان عنوان التحقيق أو موضوعه من النوع الذي لا يستثير المشاهد الذي فقد

أكثر من نصف تركيزه مع مرور دقائق النشرة؟ هل يُكتب لتلك التحقيقات الفشل فقط لأن ترتيبها كان في منتصف النشرة وما بعده؟

هنا أيضاً تثور الحاجة إلى استخدام كلمة سحرية أخرى: استخدم الطرق أو ما يعرف إعلامياً بالـ(shock). والمقصود بالطرق هو حث المشاهد بوسيلة ما تجعله ينعش تركيزه ويستعيد اهتمامه لمتابعة المزيد، وبهذه الطريقة يكون الـ(shock) قد حقق غايتين في آن: جذب المشاهد لمتابعة التحقيق الصحفي الذي ابتدأ بصدمة، والثانية تحول التحقيق الصحفي من درجة إضافية على سلم الهبوط في تركيز المشاهد إلى محطة يستعيد فيها هذا المشاهد نشاطه لمتابعة المزيد من مضمون النشرة، فالنشرة الإخبارية المتفوقة هي التي تنجح في منع المشاهد من استخدام آلة التحكم عن بُعد من بدايتها وحتى نهايتها.

الصدمة (shock):

كما قلنا سابقاً، فإن المقصود بالصدمة هو انتشال المشاهد من حالة الاقتراب من الملل إلى حالة استعادة التركيز من خلال استهدافه بوسيلة تجذبه مجدداً. وتختلف هذه الوسيلة باختلاف الوسيلة الإعلامية:

١ ـ الإعلام المرئي (التلفاز):

هنا تكون وسيلة تحقيق الصدمة على نوعين:

أ ـ **الصورة**: فاللجوء إلى استخدام صورة في مستهل التحقيق كفيلة بجذب عين المشاهد فتجعله يصيح: أنظروا، ما هذا!!!

وسيلتي في ذلك البحث أثناء إعداد التحقيق عن مشهد نادر أو مؤثر ينسجم مع موضوع التحقيق فأبدأ به اللحظات الأولى من تحقيقي المصور.

وفي حال وُفقت لمثل هذا الأمر ينبغي أن أترك الصورة صامتة من أي جملة باستثناء صوتها الحي، لأبدأ لاحقاً بسرد الوقائع التي تفسر هذه الصورة.

أما في حال لم أوفق، فعلي أن أحاول أن أصطنع صورة من صلب الموضوع الذي أعمل عليه فأنقل المشاهد إلى داخل الحدث. وعلى سبيل المثال إذا كان موضوع التحقيق وجود مطبات عديدة على إحدى الطرق السريعة، فلتحاول أن تلتقط صورة من سيارتك وهي تسير على هذا الطريق وأنظر إلى الفارق بينها وبين صورة مثبتة على جانب الطريق للسيارات التي تجتاز تلك المطبات.

ب ـ **الصوت**: قد تكون الصورة التي التقطتها عادية، لكنها تتضمن صوتاً يحقق عنصر الجذب الذي أبحث عنه، وهنا لا بد من الإشارة إلى أن الأصوات الحية بمعظمها قادرة على الجذب

ولكن بما أننا نسعى لطرق ذهن المشاهد، فيجب أن يكون الصوت غير اعتيادي، وعلى سبيل المثال لنفرض أنك بصدد إعداد تحقيق حول الواقع الاستشفائي وأوضاع المستشفيات. ما رأيك بإدخال صوت سيارة الإسعاف وهي في طريقها إلى قسم الطوارئ، أو صوت مريض يتألم أثناء تصويرك لرواق المستشفى، بالتأكيد أن لهذين الصوتين مفعولهما القوي أكثر من مفعول الصورة التي تظهر سيارة إسعاف تدخل المستشفى بدون صوت، أو الرواق الصامت الجامد.

٢ ـ الإعلام المسموع (الإذاعة):

من البديهي أن وسيلة تحقيق الصدمة تكون محصورة هنا في الصوت، لكنه إما ان يكون صوتاً حياً مؤثراً كما ذكرنا أعلاه، وإما أن يكون من خلال استخدام المؤثرات الخاصة كالموسيقى التي تتناسب مع موضوع التحقيق الذي يتم بثه عبر الأثير.

٣ ـ الإعلام المكتوب (الصحيفة/ المجلة):

في الصحف المكتوبة هناك وسيلتان في هذا المجال:

أ ـ الصورة: والمقصود بها طبعاً الصورة الفوتوغرافية، ولكي يحقق الفوتوغراف دوره في

الصدم والجذب يجب أن يكون موضوعه نادراً وجذاباً، أي يتناول جانباً مؤثراً للعين من الموضوع وليس صورة عامة تشتمل على الكثير من التفاصيل الصغيرة. كما أن استخدام الألوان يساهم كثيراً في الجذب لا سيما تلك الألوان التي تجذب العين كالأصفر والأحمر وتدرجاتهما.

ب ـ **العبارة**: وهي أقل جذباً من الصورة، لكن طباعتها بالخط العريض قد يكون نافعاً. ويجب أن تكون العبارة قصيرة وتكفي لإثارة الفضول. فأن تقول مثلاً: **لبنان برسم البيع** أفضل بكثير من ان تقول: **الحكومة تطلق مشروع خصخصة المرافق العامة**.

وما يجدر الإشارة إليه في هذا المقام، أن لجوء المحقق الصحفي إلى تطعيم تحقيقه بلون من التسلية والترفيه، خصوصاً في المواضيع الجافة كالاقتصاد والسياسة والقانون، هو بالتأكيد عنصر فعال في تأمين الجذب للجمهور.

على سبيل المثال، يمكن للمحقق الصحفي الذي يتحدث عن ظاهرة الانحباس الحراري وتأثيرها على تراكم الثلوج فوق الجبال، أن يقوم بنفسه بالتزلج على أحد المنحدرات في جبل يكسوه الثلج ليقول بأن هواية التزلج أصبحت مهددة بالانقراض بسبب السياسات التي تؤدي إلى حصول الانحباس الحراري في العالم.

ومع ركن التشويق يكون التحقيق الصحفي قد اكتملت أركانه وأصبح حاضراً لأن يقدم إلى الرأي العام ليطّلع على الحقيقة في إطار جذاب ومشوّق، فيكسب المزيد من الثقافة والاطلاع، وتكتسب الوسيلة الإعلامية تميزاً عن باقي الوسائل الإعلامية الأخرى.

أنواع التحقيقات الصحفية

لأن التحقيق الصحفي هو مادة إعلامية تتطور مع تطور الأدوات الإعلامية والتقنيات المستخدمة في مجال الصحافة، فإن أنواع التحقيقات الصحفية تزداد مع توسع النطاق التقني والمعلوماتي للإعلام بشكل عام.

فبينما كان التحقيق محصوراً منذ بضعة عقود بالصحافة المكتوبة، بات اليوم جزءاً لا يتجزأ من برامج التلفزيون، بل حتى الإذاعة باتت تدخل التحقيقات الصحفية على برامجها الرئيسية. بل وأكثر من ذلك، فقد دخل التحقيق إلى مختلف فئات العمل الإعلامي، فأصبحت الأخبار تتضمن تحقيقات صحفية ذات موضوعات متعددة شأنها شأن البرامج الاجتماعية والسياسية والثقافية إلخ..

وعلى هذا النحو، يمكن تقسيم التحقيقات الصحفية إلى أربعة أقسام:

١ ـ من حيث المدة

٢ ـ من حيث المادة

٣ ـ من حيث الموضوع

٤ ـ من حيث الهدف

١ ـ أنواع التحقيقات الصحفية من حيث المدة:

ويقصد بالمدة الفترة الزمنية التي يتكون منها التحقيق، وبهذا المعنى فإن مدة التحقيق تختلف عن الفترة الزمنية التي يستغرقها إعداد التحقيق. فقد يستغرق إعداد تحقيق ما أكثر من أسبوع لكن مدته التي سيعرض بها في النهاية لا تتجاوز الدقائق الثلاث، والعكس صحيح، فقد لا يستغرق إعداد تحقيق آخر اليومين، ومع ذلك فإن مدته قد تصل حتى الثلاثين دقيقة وربما أكثر.

وعندما نتحدث عن مدة، فإننا بالتأكيد نقصد التحقيقات الصحفية المعدة للتلفزيون أو الإذاعة كون الوقت هو وحدة القياس لحجم الأعمال الإعلامية في الصحافتين المرئية والمسموعة بعكس الصحافة المكتوبة التي تقاس فيها الأعمال بعدد الكلمات والأعمدة، وسنأتي على ذكر هذا النوع من التحقيقات المكتوبة خلال السياق.

وعليه فإن أنواع التحقيقات الصحفية من حيث المدة الزمنية ثلاثة:

أ ـ التحقيقات القصيرة:

وهي التي تتراوح مدتها الزمنية ما بين ١ دقيقة ـ

١٠ دقائق، وهذا النوع من التحقيقات يستخدم في نشرات الأخبار والبرامج المنوعة التي تتضمن عرضاً لعدد من الوقائع أو الأحداث، حتى أن بعض البرامج الحوارية باتت تُطعّم بتحقيقات قصيرة لكسر الشعور بالملل لدى المتلقي الناجم عن الاستماع إلى حوار لأكثر من ثلاثين دقيقة. لكن يجب لفت النظر إلى أنه وحتى في هذا النوع من التحقيقات يجب الإحاطة بجميع أركان التحقيق الصحفي التي أوردناها سابقاً حتى يصبح لدينا تحقيق صحفي، وإلا فإن مجرد العرض أو الاستماع إلى آراء الناس لا يمكن اعتباره تحقيقاً.

ب ـ التحقيقات المتوسطة:

وهي التي تتراوح مدتها ما بين ١١ ـ ٣٠ دقيقة. وغالباً ما يستخدم هذا النوع من التحقيقات خارج نشرات الأخبار، فيكون التحقيق الصحفي المتوسط المدة برنامجاً بحد ذاته، أو جزءاً رئيسياً من برنامج يعرض عدداً من التحقيقات، أو شريكاً في مضمون برنامج سياسي أو ثقافي أو اجتماعي يحتوي على عدد من الضيوف لمناقشة إشكالية التحقيق.

ت ـ التحقيقات الطويلة:

وهي التحقيقات التي تتجاوز مدتها النصف ساعة (٣١ دقيقة فأكثر)، وهذا النوع من التحقيقات

يكون بحد ذاته برنامجاً مستقلاً لا يدخل معه أي عامل إضافي، فيكون المقدم والضيوف وجميع العناصر الأخرى أجزاء من مضمون التحقيق ذاته. وهذا النوع من التحقيقات هو السائد إذ تسعى معظم الوسائل الإعلامية المتنافسة لإنتاجه.

أما في مجال التحقيقات الصحافية المكتوبة، فيمكن تقسيم حجم التحقيق إلى نوعين: التحقيق القصير والتحقيق الطويل.

التحقيقات الصحفية المكتوبة القصيرة هي التي لا تستهلك أكثر من ثلاثة أعمدة (نصف صفحة في الجريدة أو المجلة، حوالى ٦٠٠ كلمة).

أما التحقيقات المكتوبة الطويلة فهي التي تستهلك صفحة كاملة فما أكثر (ستة أعمدة، حوالى ١٢٠٠ كلمة)، ويمكن نشر هذا النوع من التحقيقات على حلقات.

٢ ـ أنواع التحقيقات الصحفية من حيث المادة:

المقصود بالمادة هو طبيعة العمل وماهيته ولمصلحة أي نوع من أنواع الوسائل الإعلامية هو. هل العمل هو للعرض على شاشة تلفزيونية، أو للبث في إحدى المحطات الاذاعية، أو للنشر على صفحات جريدة أو مجلة ما؟ وبالتالي هل التحقيق الصحفي هو:

أ ـ تحقيق مصوّر؟

ب ـ أو تحقيق إذاعي؟

ت ـ أو تحقيق مكتوب؟

أ ـ التحقيق المصور:

هو التحقيق الذي لا يقوم من دون استخدام الكاميرا، فالصورة هي المكون الأساس من مكونات التحقيق. وهذا النوع من التحقيقات هو الأكثر كلفة من حيث الانتاج لكنه الأكثر جذباً للجمهور. فلكي يُنتَج تحقيق مصور، يحتاج المنتج أو المعد إلى كاميرا احترافية مع كامل معداتها (قائمة ثلاثية، ميكروفون للصوت، إضاءة، إلخ. .) وهذا ما يستدعي غالباً مصوراً محترفاً، ومن ثم جهاز توليف (مونتاج) لدمج الصورة بالصوت وإضافة المؤثرات الخاصة. وكلما رغب المنتج في تطوير التحقيق المصور كلما ازدادت حاجته إلى المزيد من التقنيات الإضافية وربما زيادة حجم الفريق العامل من الفنيين، وهذا كله بالطبع يستلزم كلفة مالية ليست بالبسيطة.

ب ـ التحقيق الإذاعي:

هنا لا يحتاج المنتج إلى كاميرا، بل إلى آلة لتسجيل الصوت فقط. فكما مر معنا سابقاً، يعتمد التحقيق الصحفي الإذاعي على مجرد الأصوات. لكن

الحاجة إلى جهاز المونتاج الخاص بالعمل الإذاعي ضرورية من أجل دمج صوت المعد بالأصوات الحية وربما بالمؤثرات الصوتية الخاصة.

ت ـ التحقيق المكتوب:

لن يغضب أصحاب الصحف والمجلات إذا قلنا إن التحقيقات الصحفية المكتوبة هي الأقل كلفة على الاطلاق على صعيد استخدام التقنيات. فكل ما يحتاجه المحقق الصحفي لانتاج تحقيق مكتوب هو قلم ومفكرة لتدوين الملاحظات وربما كاميرا فوتوغرافية لالتقاط بعض الصور والباقي كله كماليات. لكن ميزة التحقيقات الصحفية المكتوبة هو أنها مرنة في التعامل مع التفاصيل، فالفكرة يمكن شرحها بشكل مستفيض بما يلزم، كما أن التحقيقات المكتوبة تسمح للجمهور بقراءتها أكثر من مرة وذلك بخلاف التحقيقات المصورة أو الإذاعية التي تُبث على الهواء لمرة واحدة أو مرتين في أحسن الأحوال، ما يجعل التحقيقات المكتوبة أكثر سهولة للحفظ في ذاكرة الجمهور ولكن بأقل كلفة!!

٣ ـ أنواع التحقيقات الصحفية من حيث الموضوع:

الموضوع باختصار هو القضية التي يقوم عليها التحقيق، أو المشكلة التي يعالجها التحقيق، وهو بهذا

المعنى أدق وصفاً من الحديث عن مضمون التحقيق بشكل عام، أي أن المحور الذي يدور حوله التحقيق هو المقصود بالموضوع، وبمعنى آخر، عندما أشاهد أو أقرأ تحقيقاً صحفياً ينبغي كي أحدد موضوعه أن أسأل نفسي سؤالاً: حول ماذا يدور هذا التحقيق؟ ومن خلال الاجابة أكون قد حددت الموضوع.

المسألة وإن كانت من النظرة الأولى تبدو بغير حاجة إلى هذا النقاش إلا أن تحديد موضوع العديد من التحقيقات يثير لبساً لدى القارئ أو المشاهد.

نعم، من المعروف أن مواضيع التحقيقات يمكن تحديدها ضمن العناوين التالية:

التحقيقات الاجتماعية ـ السياسية ـ الاقتصادية ـ الحربية ـ القانونية ـ البيئية ـ الثقافية ـ الصحية والتربوية، إلا أن طريقة طرح بعض العناوين تُشعر المتلقي بأن هناك اختلاطاً في العناوين داخل التحقيق الواحد، خصوصاً عندما تكون عناصر التحقيق مشتركة بين أكثر من عنوان.

فعلى سبيل المثال، إن طرح قضية اقتصادية ما لا بد وأن ترتبط بتأثير هذه القضية على حياة شرائح المجتمع، كما هو الحال في طرح قضية ارتفاع أسعار المشتقات النفطية، وبالتالي قد يتناول المحقق الصحفي هذه القضية من خلال عرض التأثيرات التي يتركها ارتفاع المحروقات على السائقين والصناعيين وغيرهم. فكيف أحدد ما إذا كان موضوع التحقيق اجتماعياً أو اقتصادياً؟

كما قلنا، ينبغي أن أسأل نفسي السؤال المذكور: حول ماذا يدور هذا التحقيق؟

فإذا كانت الإجابة هي معاناة المواطنين حيال ارتفاع أسعار المحروقات وكيفية تعاملهم مع أزمة من هذا النوع، فهنا يكون الموضوع اجتماعياً، أما إذا كانت الإجابة هي أزمة ارتفاع أسعار المحروقات وأسبابها وتأثيراتها فهنا نكون أمام تحقيق اقتصادي. وهنا يلعب تركيز الموضوع كما مر معنا في الفصل الأول من هذا الباب دوراً مركزياً في تحديد موضوع التحقيق.

للمزيد من التوضيح سنعرض فيما يلي لتحقيق صحفي نُشر في جريدة الانتقاد بتاريخ ١٥ تشرين الأول/ أكتوبر ٢٠٠٤.

لنحاول تحديد الموضوع الذي يدور حوله التحقيق:

المقدمة: قد يتفهم أهالي الطلاب أسباب ارتفاع قيمة الأقساط المدرسية في هذه المدرسة أو تلك، طالما أن أبناءهم وبناتهم حتى ولو في مرحلة الروضة الحضانية سيحظون بأساتذة من ذوي «الخبرة والاختصاص» إلى جانب المختبرات والملاعب ووسائل التعلّم الحديثة. إلا أن ما يخرج عن قدرتهم على الاستيعاب هو الكلفة العالية لملحقات الدراسة من كتب وقرطاسية وملابس ونقل إلخ... فهل يُعقل أن تكون هذه الملحقات متساوية مع الأقساط الأساسية وربما أكبر منها؟!!!

ـ المدير: «مدرستنا يا أستاذ تحتوي على أفضل المدرّسين في لبنان، وهم محترفون في استخدام وسائل التدريس الحديثة».

ـ الأب: «جيد».

ـ المدير: «أيضاً، فإن مدرستنا تتميز عن باقي المدارس بمنهاج اللغة الأجنبية، ونتائج طلابنا في هذا المجال هي أكبر برهان».

ـ الأب: «ممتاز»

ـ المدير: «هذا ليس كلّ شيء، فنحن نؤمن بمقولة أن العقل السليم في الجسم السليم، لذا فالمدرسة تحتوي على ملاعب رياضية نموذجية، ونبشّرك بأن هذا العام سنقوم بافتتاح مسبح للطلاب».

ـ الأب: «رائع!».

ـ المدير: «طوّل بالك يا أستاذ، فالمدرسة تعتمد برنامج المعاينة الواقعية لبعض الدروس، كزيارة المصانع ومؤسسات القطاع العام، وتنظيم رحلات دورية لاستكشاف لبنان وبيئته».

ـ الأب: «أحسنتم!!».

ـ المدير: «وبعد كل هذا، ما رأيك لو تعلم بأن المدرسة مزوّدة بوسائل النقل الخاصة، والتي نعتمد عليها في نقل التلميذ من مدخل المنزل في أي منطقة كان إلى مدخل المدرسة ذهاباً وإياباً».

ـ الأب: «خلص خلص، الصبي صار عندكم!!!».

قد يكون هذا الحوار هو نموذج لما يحصل داخل معظم المدارس، وبالتحديد الخاصة منها، عندما يكون أحد

الآباء بمعرض البحث عن مدرسة تليق بتعليم إبنه تمهيداً لمستقبل باهر.

لكن الأب الذي يتصور للوهلة الأولى بأنه عثر على مدرسة «ولا في الأحلام» سيكتشف بالتأكيد أنه دخل «كابوساً مرعباً» عندما يستلم من إدارة المدرسة، وغالباً بعد دفعه رسم التسجيل الذي «لا يُرد ولا يُبدل»، أوراق الكتب والملحقات الإضافية:

فوسائل التدريس الحديثة تحتاج إلى قرطاسية حديثة ومتنوعة من الألف إلى الياء؛ ومنهاج اللغة الأجنبية المتميز يحتاج بلا ريب إلى كتب «سميكة» مع دفاتر تطبيقاتها وهي «للأسف» غير واردة في المنهاج الرسمي بل وحتى أن أياً من دور النشر اللبنانية لا تقوم بطباعتها وتوزيعها، لذا فغالباً ما تكون الكمية المستوردة محدودة ومسعّرة بالعملة الصعبة و«الصعبة جداً»؛ والملاعب الرياضية النموذجية تحتاج إلى لباس رياضي وحذاء رياضي بل وروح رياضية لدى الأب عند اطّلاعه على أسعار هذه اللوازم التي بالطبع تؤمنها المدرسة، هذا طبعاً ناهيك عن «الكوستيم» الذي يحمل إسم المدرسة كدعاية ولكن على حساب الأب؛ والنقل من «المدخل إلى المدخل» سيجبر هذا الأب من دون شك على العمل من «الفجر إلى النجر» حتى لا يُضطر إلى نقل أبنائه بنفسه أو بواسطة «السرفيس».

وبهذا سيكتشف الأب المسكين أن القسط المدرسي «الحرزان» الذي التزم بدفعه على مدى العام ليس سوى ثمنٍ لإعطاء إبنه فرصة استخدام تلك الملحقات.

تجارة وليست تربية:

وبوضع النقاط على الحروف، فإن المسألة برمتها هي مسألة تجارية بحتة وإن كان عنوانها التربية والتعليم. فالموسم المدرسي بحسب تجار الكتب والقرطاسية والألبسة هو فرصة لتحريك العجلة الاقتصادية، لا سيّما عندما يكون هناك إتفاقٌ مسبق بين هؤلاء التجار وبين مديري المدارس على قاعدة المثل المصري: «يا بخت مين نفّع واستنفع».

فالمدرسة الفلانية تعتمد هذا القاموس دون غيره من قواميس العالم، وهو غير متوفر سوى في المكتبة الفلانية.

والكتاب المستورد العلاّني هو المعتمد في تدريس مادة العلوم أو الرياضيات أو اللغة الأجنبية، والتعامل مع غيره حرام، حتى أن استنساخه يُعد ضرباً من ضروب السرقة والاحتيال، وهذا بالتأكيد ما لا ترضاه المدرسة «الشريفة» التي «وصفت» هكذا كتاب!!

بل وأكثر من ذلك، فهناك مخالفة تجارية، حتى لا نقول قانونية أو أخلاقية، عندما يُجبر أهل التلميذ على شراء القرطاسية من دفاتر وأقلام وأدوات هندسية من المدرسة، أو عندما يُلزم بارتداء «المريول» الذي تبيعه المدرسة وليس ذلك الذي تخيطه الأم في المنزل بذات المواصفات سعياً لتوفير بعض النقود نظراً للفارق الكبير بين كلفة الخياطة والسعر الذي «خاطته» أنامل إدارة المدرسة.

فمن خصائص البيع والشراء أن تكون إرادة المشتري حرّة وليست مكرهة على الشراء، وإلا كان البيع باطلاً بطلاناً مطلقاً!!

فمن هو المسؤول عن استمرار هذه الممارسات التي أقل ما يمكن وصفها بأنها لا تمتُّ إلى التربية والتعليم بِصِلَة؟

المركز التربوي للبحوث والإنماء:

عندما أقرّت الدولة منذ بضع سنوات المرسوم رقم ١٠٢٢٧ الخاص بتوحيد المناهج التعليمية في كافة المدارس، وقامت بتحديد المنهاج المتبع في كل من المواد الأكاديمية، هلّل ذوو التلاميذ ترحيباً بعدما ذاقوا مرارة تغيّر المناهج والكتب بين مدرسة وأخرى، بل وكم مرّة تحوّلت الكتب من عامٍ إلى آخر مجرّد أوراق لا تصلح سوى لـ «لفّ السندويشات» بعد صدور طبعةٍ جديدة للمواد ذاتها وبمحتوًى جديد وإن كان المضمون هو ذاته.

على أن الفرحة سرعان ما تبدّدت بعدما عاد كلّ شيء إلى سابق عهده. فتبيّن أن المنهاج الجديد والموحّد والذي أشرف عليه «جهابذة» التعليم في لبنان وبعض الدول الأجنبية المتقدمة لم يتجاوز عتبات المدارس الرسمية والتي أصلاً كانت مناهجها موحّدة. أمّا المدارس الخاصة، فضرب معظمها بعرض الحائط جهد «الجهابذة» والمرسوم ١٠٢٢٧ وعادت إلى سُنّتها الأولى، من دون أن يصدر منها على الأقل شكوى أو تعليق على جودة المناهج الجديدة. ثم بادرت إلى تضمين مناهجها كتباً يصل سعر الواحد منها حتى الثمانين ألف ليرة وأحياناً المائة في حين لا يتجاوز ثمن كتب المنهاج النموذجي مجتمعة هذا المبلغ. فما هو رأي المركز التربوي للبحوث والإنماء المعني بإصدار المناهج الرسمية والإشراف عليها؟

يقول الأستاذ ميشال بدر، المسؤول عن المناهج الرسمية في المركز حول هذا الشأن: «إن كلّ ما يتعلق بالمناهج الرسمية هو من حيث المبدأ ووفقاً للمرسوم ١٠٢٢٧ ملزم لجميع المدارس في لبنان. فهذه المناهج أعدّها ونفّذها خبراء في مجال التدريس واختصاصيون من حملة شهادة الدكتوراه في المواد العلمية الأكاديمية وعلم النفس والتربية، ودعّموها بوسائل الإيضاح التي تغني خبرة المدرّس وفي ذات الوقت تثبّت المعلومات في ذاكرة التلميذ. ولعل الدليل على جودة المناهج الرسمية اللبنانية هو تعميم منظمة الأونيسكو العالمية لهذه المناهج على العديد من الدول باعتبارها مناهج كافية ووافية».

ثم يضيف: «لكنه ومع ذلك، فإن القانون يلزم المدارس الرسمية كافة والمدارس الخاصة المجانية باعتماد هذه المناهج بشكل كامل. أما المدارس الخاصة الأخرى، فلها الحرية في اختيار مناهجها بنفسها شرط أن لا تتعارض هذه المناهج مع الدستور اللبناني ومع الأنظمة والقوانين المرعية الإجراء. وانسجاماً مع ذلك، فإن الكتب المستوردة تخضع لرقابة الأمن العام اللبناني لمطابقتها المواصفات القانونية».

ومن ناحية السعر المرتفع لبعض تلك الكتب، يقول بدر: «إن تحديد سعر الكتب المستوردة منوط بوزارة الاقتصاد تماماً كما هو حال باقي الكتب. والمعايير التي تُسعّر عليها تلك الكتب تشمل وزن الكتاب ونوعية تجليده وورقه وطباعته، أضف إلى ذلك سعر المنشأ الذي غالباً ما يكون باليورو لأن معظم الكتب المستوردة هي أوروبية». ثم يخلص بالقول: «إذاً فمسألتا الرقابة على الكتب المستوردة وتسعيرها يخرج عن نطاق صلاحياتنا».

وزارة التربية:

بعد الكثير من الاتصالات والبحث عن الشخص المخوّل للإجابة، قال مصدر مسؤول في مصلحة المدارس الخاصة التابعة لوزارة التربية الوطنية بعدما طلب عدم ذكر اسمه: «باختصار شديد، هناك القانون رقم ٥٥٠ الخاص بإنشاء المدارس الخاصة ينص في بنده الأول على أن القسط المدرسي يشمل كل شيء تقدمه المدرسة، وعندما يقول كل شيء فهذا يعني كل شيء من دون استثناء، وبالتالي يُعتبر القسط شاملاً لكل الملحقات الإضافية، ولا يجوز لإدارة المدرسة المطالبة بأي دفعة جديدة ثمناً لقرطاسية تؤمنها أو لباس نظامي تلزم طلابها بارتدائه. ولكن من يجرؤ على محاسبة المدرسة الخاصة على مخالفتها الصريحة للقانون؟!! فالمدارس الخاصة إما تابعة أو مدعومة لجهة معينة، وإما أنها لا تلتزم بالقانون تأسياً مع المدارس المخالفة الأخرى». ويضيف المسؤول: «أنا شخصياً أُجبرت هذا العام بدفع مبلغ ١٢٠،٠٠٠ ألف ليرة ثمن ما يسمى فتح ملف لابنتي في إحدى المدارس الخاصة، ورغم أنني واجهت إدارة المدرسة بمخالفتها، إلا أن الرد كان: إما الدفع أو لا تسجيل!!!!».

زبدة الحديث:

وبالخلاصة، فلا من أحد ضد التعليم المتطوّر والذي يجاري التعليم الأوروبي من حيث الأساليب والنظام. ولكن بعد كل ما تقدّم، فلا أحد يمكنه الإنكار بأن ما يحدث في لبنان يؤكد على أن العديد من الاحتكارات والمخالفات تُرتكب باسم التربية والتعليم. وبصراحة و«بدون زعل»: «بعد بدنا كتير» من السياسات الحكومية

والأخلاقيات العامة لنصل إلى التعليم الذي يليق بأولادنا طالما أن التجارة باتت تدخل المدارس قبل التربية أحياناً.

لنبدأ بتحليل التحقيق:

قد تكون الواقعية والموضوعية وعرض الأدلة والتشويق والنتيجة كلها موجودة، ولكن ما هي الفكرة؟

ـ هل هي اجتماعية تتناول معاناة أهالي الطلاب؟ هنا ينبغي أن يكون تركيز الموضوع وفق التالي: من؟ أهالي الطلاب، ماذا؟ يعانون، لماذا؟ بسبب ارتفاع أسعار الملحقات الدراسية.

ـ أم أنها سياسية تتعلق بأداء الحكومة تجاه الموسم الدراسي؟

التركيز: من؟ الحكومة، ماذا؟ مقصرة، لماذا؟ بسبب عدم فرض الرقابة على أداء المدارس مع بدء العام الدراسي.

ـ أم هي اقتصادية تدور حول أسعار الملحقات الدراسية؟

التركيز: من؟ أسعار الملحقات الدراسية، ماذا؟ مرتفعة بشكل كبير، لماذا؟ بسبب استغلال أصحاب المداس والتجار لبدء العام الدراسي.

ـ أو هي تربوية تتناول الواقع التربوي للبنان مع حلول العام الدراسي الجديد؟

التركيز: من؟ التربية في لبنان، ماذا؟ تحولت إلى موسم تجاري، لماذا؟ بسبب استغلال أصحاب المدارس والتجار لبدء العام الدراسي.

ومن خلال سياق التحقيق وعرضه للوقائع، ومن خلال الجهات التي تم أخذ رأيها بالموضوع، فإن التركيز الأخير هو الأقرب إلى مضمون التحقيق، وبالتالي فإن موضوع التحقيق هو تربوي.

٤ ـ أنواع التحقيقات الصحفية من حيث الهدف:

المقصود بالهدف هو الغاية من إعداد التحقيق، أي الخلفية العامة التي تدفع المحقق الصحفي إلى إعداد التحقيق قاصداً بذلك التأثير على الرأي العام. وهذا النوع من التحقيقات يركز عليه الأستاذ فاروق أبو زيد في كتابه: «مذكرات في المدخل إلى الصحافة»، بل ويجعل هذا النوع هو معيار تقسيم أنواع التحقيق الرئيسية إلى خمسة أنواع:

أ ـ تحقيق الخلفية (background):

وهو تحقيق يبحث بالدرجة الأولى في خلفية الخبر، أي دوافعه وأسبابه.

ب ـ تحقيق الاستعلام أو التحري ـ التحقيق الاستقصائي (inquiry):

وهو التحقيق الصحفي الذي يلتقط مسألة تهم الرأي العام، فيجمع كل التفاصيل المتعلقة بها.

وهذا النوع من التحقيقات ينطلق من النظر إلى التحقيق الصحفي باعتباره أداة من أدوات تشكيل الرأي العام. ويستهدف هذا النوع من التحقيقات الكشف عما لا يعرفه أحد. مثل الكشف عن تلقي رشاوى في إحدى الدوائر الرسمية.. ويندرج تحت هذا النوع من التحقيقات الصحفية ما يسمى بتحقيقات تنظيف المجتمع من الفساد، ويمكن أن يطلق عليه أيضاً بالإنكليزية إسم (Investigative Report).

ت ـ تحقيق التوقع (anticipation):

وهذا النوع من التحقيقات الصحفية يستهدف مساعدة الرأي العام، ليس فقط في معرفة كيف وقع هذا الحدث، أو ماذا جرى في هذه القضية، وإنما كيف سيتطور هذا الحدث، وإلى أين ستنتهي الأمور بهذه القضية؟ مثال ذلك: معالجة من سيفوز بالانتخابات البلدية في إحدى المناطق، ولمن ستكون الكلمة، لهذا التيار أو ذاك الزعيم؟... إلخ.

ث ـ تحقيق الهروب (escapism):

وهذا التحقيق يلبي حاجة الرأي العام إلى التسلية، فيقدم له المحقق الصحفي قضايا خفيفة لا تخلو من طرافة أو مغامرة في أكثر الأحيان للترفيه بعيداً عن الهموم السياسية والاقتصادية.

الباب الثاني:

المحقّق الصحفي

■ الفصل الأول

- صفات المحقق الصحفي وخصائصه
- صفات المصوّر الصحفي

■ الفصل الثاني

- المقابلة الصحفية

■ الفصل الثالث

- فن التواصل مع الآخرين

أولًا: صفات المحقق الصحفي وخصائصه

كيف يكون الشخص محققاً صحافياً؟ وهل يشترط في المحقق الصحفي أن تتوافر فيه صفات تميزه عن باقي الصحفيين الآخرين من مراسلين ومحررين ومصورين؟

في الواقع أجل. فالمحقق الصحفي لا بد وأن تتميز فيه بعض الشروط والخصائص فوق تلك التي تتوفر في أي شخص يعمل في ميدان الصحافة.

وعليه، فلا بد من التطرق لمواصفات الصحفي العامة أولاً ومن ثم للمواصفات الاضافية التي ينبغي على المحقق الصحفي التمتع بها.

أ ـ مواصفات الصحفي العامة:

الصحفي، أي صحفي، هو جندي ورسول ومرشد. جندي يدافع عن مصالح الشعب وحرياته، ورسول الحقيقة، ومرشد إلى مساوئ السلطة... يتقدم الصفوف ويحارب بعقله وقلمه تحالف قوى الشر والفساد...

فالكثيرون يجهلون الجهود الجبارة التي يتكبدها الصحفي في إخراج هذه الورقة المتطايرة من يد إلى يد[1].

إن هذا الدور الكبير والخطير يجعل هذا الجندي المناضل شاهداً على عصره، يسجل بقلمه سجل التاريخ ومسيرته... لأن هناك صلة عضوية لا تنقطع بين تاريخ أي أمة وبين تاريخ صحافتها[2].

وعليه فإن مواصفات الصحفي يجب أن تكون كالآتي:

١ ـ الذكاء:

يعتبر الذكاء شرطاً أساسياً لرجل الصحافة، وهذه الموهبة تساعده على حسن التصرف في المواقف المختلفة، وتمده بالقدرة الذهنية التي تعينه على تقليب الأمور وفهمها فهماً واعياً صحيحاً. نضيف إلى ذلك أن ذكاء الصحفي يمكنه من انتهاز الفرص، والخوض في دقائق الأمور ليزيد من أهمية موضوعاته ويضمنها المعلومات الدسمة. وكل الحقائق تشير إلى أن الصحفي قليل الذكاء، ليس له حظ في التقدم نحو الأمام، أو اكتساب المكانة المرموقة الجديرة برجل أخذ على عاتقه مهمة توعية أمته ودفعها نحو التقدم والازدهار.

---

(١) يوسف أسعد داغر: قاموس الصحافة اللبنانية، المكتبة الشرقية، بيروت ١٩٧٨، ص ١٩.

(٢) حافظ محمود، أسرار الصحافة، دار الشعب، القاهرة، ١٩٧٥، ص٣.

٢ ـ سرعة البديهة:

تظهر أهمية هذه الصفة في المواقف التي تتطلب تصرفاً سريعاً لا تردد فيه ولا ارتباك، وبقدر استيعاب الصحفي وفهمه لحقيقة الأمور، في أي موضوع أو حدث أو لقاء، بقدر ما يملك القدرة على التصرف والتعامل المناسب معه، بحيث لا يواجه أي مشكلة، أو يضيق صدره بأي موقف.

٣ ـ قوة الذاكرة:

مزايا هذه الصفة الذهنية كثيرة، وربما تكون من الأولويات المطلوبة في رجل الإعلام. فقدرة الذاكرة تساعد صاحبها على استرجاع أي معلومة أو حدث مضى بالشكل الذي يمكنه من إغناء موضوعاته بالمواد التاريخية أو الأحداث الهامة التي كان لها تأثير كبير على مجريات الأحداث. نضيف إلى ذلك ما توفره الذاكرة من قدرة على تذكر أسماء المسؤولين ومنجزاتهم، أو تواريخ الأحداث الهامة التي حدثت وستحدث.

٤ ـ الجرأة:

كيف يمكن للصحافي أن يكون ناجحاً إذا لم يتمتع بهذه الصفة؟ وكيف يستطيع رجل الإعلام عموماً أن يتميز عن أقرانه دون وجود هذه الخاصية؟ فإذا كانت أولى خصائص الخبر الناجح

هي الإثارة ولفت الانتباه، فإن الصحفي الجريء هو الذي يغامر في الحصول على المعلومة الصعبة ويتحمل مسؤولية نشرها على الرأي العام، هذا طبعاً من دون زج النفس في مغامرات متهورة تؤدي به إلى التهلكة، كما سبق وذكرنا في أكثر من محطة.

٥ ـ الطموح وحب الشهرة:

لا شك في أن المحرك الأول في مهنة المتاعب هو الطموح، وبغير الطموح لا يتحقق الدفع الذاتي لأي إنسان عموماً، والصحفي خصوصاً، لكن هذه الصفة لا بد من وضعها في إطارها الصحيح والمقبول، بلا تسرع أو اندفاع غير مدروس[١].

ب ـ مواصفات المحقق الصحفي:

بعض الكتّاب يعتبرون أن الصفات المذكورة أعلاه هي صفات ذاتية داخل الشخص المرشح أن يمتهن الصحافة، ومن ثم يضيفون إلى هذه الصفات صفات أخرى مكتسبة تساعد الصحفي على تطوير أدائه وتميزه عن باقي الصحافيين. بل ويذهب البعض الآخر إلى اعتبار هذه الصفات المكتسبة أهم بكثير من تلك الصفات الذاتية،

---

(١) د. أسامة ظافر كبارة، دراسة في فنون الصحافة والإعلام، منشورات جامعة الجنان (٢)، ص ٥٧ ـ ٥٨.

وفي هذا المجال يقول غسان تويني، مدير التحرير في صحيفة النهار، في الجزء الأول من كتابه (سر المهنة وأصولها): «لي نصيحة واحدة لهم (أي الصحافيين)، وهي أن ينسوا عندما يدخلون دنيا ما يسمى صاحبة الجلالة (الصحافة) كل ما تعلموه في المدرسة والجامعة، لأن المدرسة الوحيدة لتعلم الصحافة هي ممارسة الصحافة. فكل ما نتعلمه في الجامعة والمدارس قبل ذلك يكون إعداداً لأمر آخر غير الذي نمارسه، لأن الصحافة كالحرية هي ممارسة».

ولكن ما هي هذه الصفات المكتسبة؟

في الواقع ومن خلال ممارستي المتواضعة لمهنة المتاعب، وما قرأت من مؤلفات وأبحاث يدفعني إلى تلخيص هذه الصفات في ثماني نقاط، وهي على الشكل التالي:

١ ـ حب الاستطلاع والفضول:

المنطق يقول: إن المحقق الصحفي يبحث عن حقيقة مخفية، وبالتالي فهذه الحقيقة ليست منشورة على صفحات الصحف وعبر وكالات الأنباء، بل إن الدائرة الكبرى من الرأي العام لا تدركها برغم الاحساس بأنها تحتاج إليها وتبحث عنها. والمحقق الصحفي كما قلنا هو الرسول الذي يضع نفسه في خدمة الرأي العام للعثور على الحقائق الضائعة.

إذا فالمحقق الصحفي لا يكتفي بقراءة صحيفة واحدة يومياً، وإن قرأ فإنه يقرأ بين السطور، ينقّب عن تلك الأخبار المرمية في أسفل الصفحات، يقرأ بعينيه وفي خاطره تتردد كلمة «لماذا؟»، فإذا لم يجد الإجابة يصاب بذلك الداء الناجم عن حساسية «أريد أن أعرف السبب».

يقول الصحافي والمدرب في وكالة رويترز لويد واتسون عن تجربته: «إن أكثر القصص نجاحاً من بين تلك التي كتبتها في حياتي كان مصدر أفكارها ثرثرة سائقي سيارات الأجرة ومرتادي المطاعم الشعبية والمقاهي، لأنهم يتحدثون عن همومهم اليومية، وغالباً ما يكون وراء هذه الهموم لغزاً كبيراً. نصيحتي للمراسلين الصحفيين: إقرأوا كل شيء، حتى صفحة الوفيات، فقد يكشف فضولكم عن قصص لم تتوقعوا يوماً أنكم قد تكتبون عنها».

وبالخلاصة، إذا لم تكن محباً للاستطلاع، فلا أدري كيف يتسنى لك أن تأمل في أن تكون صحافياً[١].

٢ ـ الثقافة العامة:

لا يمكن لأي صحافي، وتحديداً المحقق، إلا أن يعمل على اكتساب ثقافة عامة تعطيه القدرة الكافية

---

(١) رالف ماكجيل، الحائز على جائزة بوليتزر، ورئيس تحرير صحيفة **Atlanta Constitution.**

لمعالجة الموضوعات المتعددة. والعرف السائد أن الصحفي «عليه أن يعرف كل شيء من كل شيء»[1].

لكن الثقافة العامة لا تعني بأنه على المحقق الصحفي أن يكون خبيراً في علوم التاريخ والجغرافيا والقانون والبيئة والاقتصاد والأديان إلخ..

فإذا أراد المحقق الصحفي أن يجري تحقيقاً حول قضية ما أثارت فضوله لا يجب عليه أن يكون ملماً بتفاصيل هذه القضية وخلفياتها وأبعادها، وهذا ما تشدد عليه القاعدة المتبعة في وكالة رويترز حين يقوم أحد مراسليها بإجراء بحث إخباري عن قضية ما:

«البحث لا يعني أن تكون خبيراً في جميع المواضيع، بل يجب أن تكون خبيراً في إيجاد الخبراء المتعلقين بالموضوع»، أي ينبغي على المحقق أن يعلم بالضبط من يجب عليه أن يسأل حول هذه القضية للاستشارة أو الحصول على المعلومات. فيكفي أن يحدد نوع الموضوع الذي يعمل على التحقيق بشأنه كما ورد معنا في الباب الأول، لينطلق في البحث عن الجهات والأطراف التي سيتحدث إليها، ومن خلال الحديث مع هؤلاء ستتضح لديه الرؤية بشأن طبيعة القضية وتفاصيلها وخلفياتها.

---

(١) د. أسامة ظافر طبارة، مرجع سابق ص ٥٩.

٣ ـ الحيوية والديناميكية:

سمعتُ أحد الزملاء الصحافيين يتحدث مع رئيس تحريره عبر الهاتف فيقول له: «لقد تعبت من البحث الدائم عن تفاصيل هذا الموضوع وخلفيات تلك القضية، وأرهقني اتصالك الدائم بي بعد منتصف الليل لتطلب مني أن أقطع نومي لتغطية الأحداث. حلمي أن أعود إلى المنزل بعد انتهاء دوامي في الجريدة لأرتاح وأجدد نشاطي وذهني لليوم التالي». فرد عليه رئيس التحرير بجملة قصيرة جداً جعلته يصمت وينهي المكالمة، وعندما سألته عن مضمون تلك الجملة أجاب: «قال لي: أنصحك بخلع قناع الصحافة والبحث عن كرسي ومكتب يحققان لك حلمك».

باختصار شديد، إن الصحافة التحقيقية نقيضها العمل المكتبي، فهل الجلوس خلف الحاسوب لنقل الأخبار من وكالات الأنباء إلى صفحة التحرير باستخدام تقنية (copy-paste) هي صحافة؟! وهل الجلوس وراء أحد المكاتب لجمع أو تلخيص المواقف السياسية وغيرها التي ترد عبر الهاتف أو الفاكس يمكن أن يوصل إلى كشف الخفايا؟! وهل إن الالتزام بالعمل ضمن الدوام الإداري يوصل إلى الحقيقة التي يسعى وراءها المحقق الصحفي؟! وهل وهل وهل؟!!

وباختصار أشد: المحقق الصحفي لا يجلس ولا يؤجل ولا يرتاح.

٤ ـ قوة الشخصية:

الصحافي هو مرآة الجمهور الذي يمثله، والجمهور هو ذلك الرأي العام الذي يسعى الجميع لإرضائه خصوصاً أصحاب النفوذ والسلطة. فإذا كان الصحافي أمام هؤلاء مهزوزاً، فهذا سيجعل من الجمهور الذي يمثل ألعوبة بيد هذا السياسي أو ذاك، والصحفي الذي لا يحترم جمهوره، فلا يمثله خير تمثيل، سيلقى ذات المعاملة من الرأي العام، وهنا النهاية الوخيمة لهذا الصحفي.

وقوة الشخصية تعني الثبات أمام أي شخصية مهما علا شأنها وعدم التنازل عن الحق في معرفة الحقيقة. وهي بهذا المعنى أقرب إلى الجرأة منها إلى الوقاحة، لأن الرأي العام ليس وقحاً ولا يهمه التطاول على الشخصيات حتى وإن كان لا يودّها. **الرأي العام يبحث عن الحقيقة، ووسيلته في ذلك شيئان: ذكاء الصحفي في كتابة الأسئلة الحساسة، وقوة شخصيته في طرحها.**

٥ ـ النزعة الاجتماعية واللباقة في الحديث:

الإنسان الذي يحب الانعزال والبعد عن الناس ليس مرشحاً ليكون صحافياً على الاطلاق، لأن معايشة الانسان لمحيطه ولمشاكل قومه هو الذي يجعله فاعلاً في مجتمعه. والاحتكاك بالناس، على اختلاف مشاربهم واتجاهاتهم، هو الذي يعطي الصحافي القدرة على التعامل الصحيح.

كما أن المطلب الثاني في ايجاد صحفي اجتماعي ناجح، هو قدرته على الحوار، وانتقاء الكلمات مع محاوريه، وهذا ما يجعله إنساناً محبوباً وموضع اهتمام الجميع، وهذا بعكس الذي يلقي كلماته جزافاً ولا إدراك أو تبصر، فينفض من حوله الجميع ويتجنبوه[1]. وسنأتي على ذكر المزيد من هذا الأمر في الفصل الثالث من هذا الباب والمتعلق بفن التواصل مع الآخرين.

٦ ـ حب الحقيقة والسعي لمعرفتها:

يقول الإمام علي بن أبي طالب عليه السلام: «ما ترك الحق لي من صاحب». وربما كانت من التعريفات الشائعة لرجل الصحافة أن **الصحافي الجيد ليس له أصدقاء**، وهذا الأمر ينبع أساساً من حرصه على معرفة خبايا أي قضية قد تسبب حرجاً للآخرين، ويرى رجال الصحافة أن المبدأ الذهبي الذي تقوم عليه رسالة الصحافة هو: إعرف الحق، والحق يحررك[2]. فمهما يكن من أمر، الصحفي الجيد الذي يعمل لصحيفة جيدة يجد منتهى الفخر في أن يقف إلى جوار الحقيقة ضد كل ما عداها.

فعندما يقع خبر ما، يكون كل ما يهمه هو أن يحصل

---

(١) د. أسامة ظافر طبارة، مرجع سابق ص ٦٠.

(٢) المرجع نفسه ص ٦٠ ـ ٦١.

على أقصى قدر من الحقيقة كأدق ما يمكن بصرف النظر عن أي شخص يمكن أن تؤذي مشاعره أو تهدر مكانته[1].

٧ ـ القدرة على بناء علاقات مع المصادر:

أذكر عندما بدأت العمل كمراسل إخباري كنتُ أواجه صعوبة في الحصول على المعلومات أو المقابلات الخاصة مع بعض الشخصيات الحساسة، حتى أنني كنت أسمع ذات الشكوى من زملاء مراسلين في بعض الوسائل الإعلامية الأخرى. غالباً ما كنا نحمل المؤسسات التي نعمل فيها مسؤولية عدم بناء علاقات، وكنا نرى أن إسم المحطة أو المؤسسة الإعلامية هو الطريق للحصول على المعلومة، وهذا صحيح، ولكن لماذا لا نعود قليلاً إلى الخلف، وبالتالي نسأل أنفسنا السؤال التالي: كيف استطاعت المؤسسات الإعلامية الكبيرة أن تكوّن إسماً كبيراً يفتح الأبواب الموصدة؟ ألم يكن ذلك بفضل جهود ومثابرة العاملين فيها؟ ألم يقم أولئك العاملون وخصوصاً الصحفيين الذين هم على احتكاك متواصل مع الشخصيات ببناء العلاقات التي أدى تراكمها على مدار عمر المؤسسة الزمني إلى تكوين رصيد مهم في العلاقات

---

(١) دوان برادلي، الجريدة ومكانها في المجتمع الديموقراطي، ترجمة محمود سليمة، مكتبة النهضة المصرية، الطبعة الأولى، ص٤٤.

رفع من إسم المؤسسة عالياً؟ إذا كانت الإجابات نعم وهي كذلك، فإن من واجب الصحفي، والمحقق الصحفي تحديداً، أن يملك القدرة الكافية لإقامة العلاقات مع الشخصيات المختلفة لجعلها في مراحل لاحقة مصادر موثوقة للحصول على المعلومات.

ولعل أسهل أسلوب لتطوير العلاقات يقوم على القاعدة التالية التي لا تحتاج إلى الكثير من الشرح: **تعارف ـ تواصل ـ علاقة.**

فيكفي أن أتعرف إلى أحد الشخصيات في مناسبة ما أو أثناء تغطيتي لحدث ما فأحصل على بطاقة تعريفه (business card) أو رقم هاتفه، ثم أتواصل معه عبر الهاتف أو البريد الالكتروني من فترة إلى أخرى، وربما أقوم إرسال بعض الهدايا الرمزية في بعض المناسبات الخاصة (بطاقات المعايدة)، ليتطور الأمر إلى زيارة خارج إطار العمل ولو لدقائق. وهنا يكون الشخص الآخر قد حفظ إسمي وعرفني عن قرب، وبالتالي أصبح من السهل أن أتصل به على رقمه الشخصي لسؤاله عن قضية ما أو طلب إجراء حديث خاص.

وتحرص الأستاذة بهيرة مختار من صحيفة الأهرام المصرية على إسداء النصيحة للصحفيين الجدد قائلة: «على كل صحفي جديد أن يكون صبوراً مع مصادره، وأن لا يتعجل الفائدة، بل يواظب على علاقته بالمصدر، حتى لو رفض المصدر مساعدة الصحفي في أول الأمر،

لأنه سوف يغير رأيه بعدما يتأكد من حسن أخلاق الصحفي وتصرفاته المتزنة، وعدم إضراره بالغير. فالمسؤولون لا يحبون الإدلاء بالمعلومات إلى الصحفيين خوفاً من تحريف أقوالهم. ومن هنا فإن أمانة الصحفي وضميره سوف يصححان وضعه عند المصدر»[١].

٨ ـ الإلمام باللغات الأجنبية:

إن مقدرة الصحفي على قراءة المصادر الأجنبية (مجلات، صحف، أبحاث، إلخ) ستعطيه مزيداً من المعلومات التي يغني بها موضوعاته. ونظراً لأهمية البعد الدولي في كثير من الأحداث التي يشهدها الصحفي، وخاصة السياسية والاقتصادية منها، فإن اهتمامه بالصحف والإذاعات والدراسات الأجنبية حول أي موضوع ستعطيه أبعاداً أشد عمقاً وأكثر تحليلاً من تحليلات الصحافة «المحلية». يضاف إلى ذلك أن تصريحات كبار المسؤولين الأجانب تحتاج إلى الفهم الدقيق من قبل رجال الصحافة لأن سوء فهم أي تصريح قد يؤدي إلى «عدم توخي الدقة والموضوعية»[٢].

(١) إجلال خليفة: الوسائل الصحفية وتحديات المجتمع الإسلامي المعاصر، الطبعة الأولى، مكتبة الإنجلو المصرية ١٩٨٠، ص٦٩.

(٢) د. أسامة ظافر طبارة، مرجع سابق ص ٦٢.

ثانياً: المصور الصحفي وخصائصه

لماذا نطرح مسألة المصور الصحفي ضمن بحث يتناول التحقيق الصحفي ومعدّه أي المحقق؟

في الواقع، هناك أكثر من مبرر يدفعنا إلى ذلك:

أولاً: إن المصور الصحفي، فوتوغرافياً كان أم تلفزيونيا، هو الشريك الأهم على الإطلاق للمحقق. فهو الذي يقوم بالتقاط الصورة، ذلك الجزء من التحقيق الذي يلتفت إليه المتلقي قبل كل شيء، فإن نجحت الصورة في جذب عينيه، كُتب للنص المكتوب أو المسجل أن يشق طريقه إلى أذنه وعقله، والعكس هو الصحيح. وبالتالي، فإذا كان المحقق بصدد البحث عن مصور صحفي لمشاركته في إنتاج التحقيق، فعليه أن يبحث عن الشخص المؤهل تماماً لذلك.

ثانياً: قد يكون المحقق الصحفي هو نفسه من يقوم بتصوير تحقيقه، وفي هذه الحال يجب أن تتوفر فيه شروط المصور الصحفي حتى يُكتب لتحقيقه النجاح.

وعليه فإن المصور الصحفي هو جزء لا يتجزأ من العناصر المنتجة للتحقيق، بل وفي حالة إعداد تحقيقات

متلفزة، فإن المصور الصحفي لا يقل شأناً على الإطلاق عن المحقق نفسه، والتجربة في هذا المجال أكبر برهان.

خصائص المصور الصحفي:

بما أنني لم أمارس مهنة التصوير، فقد قمت بسؤال عدد من المصورين الصحفيين عن طبيعة عملهم والظروف التي يعملون فيها، وما هي طبيعة الأعمال التي حققوا فيها نجاحات فريدة. كما قمت بقراءة عدد من الأبحاث التي أوردت معلومات بهذا الشأن، وفي الخلاصة ومن بين أفضل ما قرأت بشأن خصائص المصور الصحفي، هو ما كتبه الدكتور أسامة كبارة في هذا المجال في كتابه «دراسة في فنون الصحافة والإعلام»، كونه يلخص بشكل واضح وأكاديمي خصائص المصور الذي يعمل في مجال الصحافة.

«من أجل الحصول على صورة ناجحة من الوجهة الصحفية، فإن المصور الذي يقع عليه عبء التغطية المصورة لا بد من أن يتميز بجملة خصائص. هذه الخصائص تختلف إلى درجة كبيرة عن خصائص المصور العادي وإن كان محترفاً. فالأحداث الجارية الجديرة بالتغطية الصحفية تتميز بالسرعة، والمخاطرة، والمفاجأة.

لذلك يفترض بنا أن نتحدث بشيء من التفصيل عن أهم مزايا المصور الصحفي:

١ ـ المعرفة الكاملة بعلم التصوير ومزايا الكاميرات:

كما أن الجندي لا يستطيع القتال بسلاح لا يعرف استعماله، فإن المصور كذلك لا يمكنه تحقيق النجاح في مهمته إذا لم يكن خبيراً في علم التصوير ومزايا الكاميرا التي يستخدمها. فالتصوير هو مقدرة شخصية، وإبداع فني، ومهارة فريدة. كما إنه مواد كيميائية تتفاعل في المختبر، وهو أيضاً عدسات مختلفة لأغراض متعددة. ونظراً للتطور المستمر في ابتكار أصناف جديدة من الكاميرات بالتعديلات والاضافات التقنية، فإن المصور الصحفي يتوجب عليه الاطلاع الدائم عليها لاقتناء الكاميرا المناسبة التي تزيد من مهارته التصويرية.

٢ ـ الحسُّ الصحفي:

إذا كان الحسّ الصحفي مطلباً لا بد منه لمن أراد العمل في الصحافة، فإن هذا المطلب هو شرط أكيد للمصور.. فالفهم الصحيح لأي حدث، والقدرة على تقييم ما يجري، وافتراض التوقعات المنطقية، كل ذلك يعطيه الأفكار العملية للتعامل المناسب مع أي حدث دون إغفال أي جانب فيه. المصور الناجح هو الذي يفهم أهمية كل صورة يلتقطها، ومدى الفائدة منها في الوقت المناسب.

٣ ـ الشجاعة والجرأة:

تتضح مهارة الصحفي المصور أيضاً في قدرته على

التقاط اللقطات الخطيرة التي تفترض جرأة فريدة لا تتوفر في الانسان العادي. لذلك فإن تغطية العمليات الحربية لا يقوم بها إلا المصورون الجريئون والمتميزون، وعامل المفاجأة قد يحوّل أي حدث عادي إلى حدث خطير ومؤثر. فالقيام بمهمة تصوير عرض عسكري يعتبر أمراً روتينياً يقوم به المصور عادة، ولكن عندما يتحول العرض إلى كارثة يراق فيها الدم، فهنا تبرز مزية المصور الشجاع. فعملية اغتيال الرئيس المصري أنور السادات في العرض العسكري سنة ١٩٨١ قد انفرد بتصويرها أحد المصورين في جريدة الأخبار القاهرية، بينما لم يوفق الآخرون بذلك، وكان عامل المفاجأة وبروز الخطر سببين رئيسين في ارتماء الجميع على الأرض طلباً للنجاة (باستثناء مصور الأخبار)، وهذه اللقطات الفريدة لجريدة الأخبار كانت المصدر الوحيد لكل صحافة العالم عن هذا الحدث.

٤ ـ سرعة الحركة:

الحدث الصحفي الجاذب هو غالباً حدث غير متوقع، وعامل المفاجأة يجعل تغطية أي موضوع عبر الصورة أمراً ليس سهلاً. فعامل الوقت هو العدو الأول للمصور في لحظات كهذه.. من هنا تأتي مزية المصور الماهر في سرعة انتقاله إلى مكان الحدث، والمباشرة في تصوير أهم لقطاته.

٥ ـ الصبر:

إن سعي المصور لالتقاط المشاهد المثيرة لا يفترض بالضرورة قدرته على التقاطها لحظة وجوده في المكان مسرح الحدث. فهناك حالات لا تتم ولا تكتمل تفاصيلها دفعة واحدة وخلال وقت قصير، بل تمتد فصول الحدث أحياناً إلى ساعات، وأيام، بل وأسابيع. في هذه الحالات يجب على المصور أن ينتظر.. ويراقب... ويتأهب للحظة الحاسمة، فيقوم بمهمته على أكمل وجه.

إن اختباء الكولونيل مانويل نورييغا في السفارة البابوية في باناما بعد الغزو الأميركي للجزيرة، فرض على جميع المصورين العالميين الانتظار لأيام طويلة أمام باب السفارة. وكان الجميع ينتظر لحظة خروجه منها ليصفوا للعالم كيف خرج هذا الكولونيل وبأي صورة... أفي وضع المستسلم أم المقيد؟ وكيف جرى اعتقاله؟... إلى آخر التفاصيل.

٦ ـ اللباقة وحسن التعامل مع الناس:

يفترض الطابع الاجتماعي لمهنة الصحافة كما أشرنا في السابق، حسن التعامل مع الناس. فكما أن الصحفي ينبغي عليه أن يتحلى بصفات اللباقة وحسن التصرف مع طبائع الناس المختلفة، فكذلك على المصور أن يتصف بالمرونة، والقدرة على التعامل بشكل مرض. وعلى المصور أن يتذكر أنه ليس مرغوباً فيه في كل الحالات،

أو الموضوعات التي يسعى لتغطيتها عبر الكاميرا. لذلك فإن قدرته الاقناعية في الكلام، واستخدام الأساليب المناسبة، هي الكفيلة بجعله مقبولاً في موقع الحدث دون مواجهة عراقيل. وبالنظر إلى طبيعة الأشخاص الذين يتعامل معهم، ومعظمهم مسؤولون وذوو نفوذ، فعليه أن يكون محنكاً، ويحترم قواعد البروتوكول المتبع، بالإضافة إلى فهم الخصائص الذاتية لكل شخصية.

إن هذه الافتراضات لا تمنع وجود بعض الحالات التي يضطر بها المصور لفرض نفسه على الآخرين.. فالفضول الصحفي، وحساسية الموضوع قد تدفعه لتخطي بعض الأساليب اللبقة حينما لا تنفع اللباقة ولا كلمات الأدب الاجتماعي. وهنا فقط لا بد للمصور من أن يتحمل بعض الإيذاء المادي أو المعنوي من أجل إنجاز مهمته[1].

(١) د. أسامة ظافر كبارة، مرجع سابق، ص:١٩٦ ـ ١٩٧ ـ ١٩٨.

المقابلة الصحفية

لماذا المقابلة؟ وهل يشترط في أي عنصر صحفي ناجح، كالتقرير أو التحقيق، أن يكون متضمناً لمقابلة؟

في الواقع، نعم، إن الوقع الذي تخلفه المقابلة الصحفية على التقرير أو التحقيق الذي أعده كصحفي بالغ الأهمية سواء على المادة الإعلامية أو على المتلقي لهذه المادة.

إنه لمن السهل أن أتحدث بصفة الغائب عن شخص يشكل أحد مكوّنات المادة الإعلامية التي يقوم الصحافي بإعدادها، لكن من المفيد أن يتحدث هذا الشخص بنفسه إلى الجمهور. إفادة تنعكس على المصداقية والموضوعية والدقة والاحترافية والجذب. فالفرق بين «قال فلان» و«هذا فلان يتحدث إليكم» شاسع جداً.

ولكن، لماذا تصبح المقابلات في بعض الأحيان مصدراً من مصادر إضعاف المادة الإعلامية، فتسرّع في إضجار المتلقي وتعقيد الأمور عليه إلى حد يدفعه لاتخاذ قرار بعدم المتابعة؟

هنا تكمن أهمية الاطلاع على فن إجراء المقابلات الصحفية، وفيما يلي شرح مقسم إلى فروع:

- ماهية المقابلة الصحفية وأهميتها.
- كيفية إجراء المقابلة.
- أنواع المقابلات الصحفية.

ماهية المقابلة الصحفية وأهميتها

تنبع أهمية المقابلة الصحفية من غريزة التواصل، وبمعنى آخر، «تفجرت الطاقة الاتصالية عن طريق المقابلة، فكتب الإنسان بعدما قال»[(١)].

أَليس الإعلام في عصرنا الراهن هو ذروة الانفجار التواصلي المتأصل في غريزة الإنسان منذ خلق الله تعالى الخلق؟

ألم يقم الإنسان بابتداع الهاتف «تطويلاً للسانه أو مدى صوته حيث اختزان مقدرات الكلام والسماع، ثم أطال سماعه عن طريق الراديو الذي غدا أذن الجماعة، وقد اخترع التلفزيون في استطالة لامنتهية للبصر والأذن معاً خالقاً بذلك الشاشة التي أصبحت محور العين الجماعية»[(٢)].

(١) د. نسيم الخوري، فنون الإعلام والطاقة الاتصالية، دار المنهل اللبناني، الطبعة الأولى ٢٠٠٥، ص: ٥

(٢) Mc Luhan, Marshall: Pour comprendre les medias, Paris, Mameseuil, 1968, p9.

يقال إن الإنسان أول ما تواصل لغوياً على الأرض استخدم لغة الإشارات والرموز، ويبدو أنه عاد «مع هذه الألفية الثالثة إلى نقطة البداية، أي إلى الرموز والإشارات الجديدة الاتصالية في الشاشات»[١].

ولئن كانت هذه المقدمة الفلسفية نافعة لتوضيح أهمية المقابلة وحاجة الإنسان فطرياً إليها لتحصيل المعارف، فإن المقابلة الصحفية تنطلق من هذا الأصل كوسيلة الصحفي لإيصال المعرفة إلى الجمهور. فالمقابلة بهذا المعنى «لا تقوم لا لصالح الشخص الذي تجرى معه المقابلة ولا لصالح الصحافي، وإنما لصالح الجمهور كمبدأ أخلاقي في مهنة الصحافة»[٢].

وعليه فإن عماد المقابلة الصحفية هو **السؤال**.

إن فلسفة السؤال في المقابلة الصحفية تقوم على مبدأ **الشك**، وهي فلسفة ترجع إلى الحضارة اليونانية عندما طرح بارمينيدس أول سؤال أشاع عظمة الشك في تحصيل المعرفة: «من أنا؟».

ثم كرّت السبحة، من أفلاطون إلى الفارابي وابن سينا

---

(١) د. نسيم الخوري، المرجع السابق ص: ١٤٣

(٢) «والتر فاندايك بنجهام» و «بروس فيكتور مور»، سيكولوجية المقابلة، ترجمة فاروق عبد القادر وعزت سيد اسماعيل، القاهرة، دار النهضة العربية، ١٩٦١، ص٢٨٥.

وابن خلدون إلى ديكارت وكانط وهيغل ونيتشيه وأنشتين، وصولاً إلى الأسئلة حول الأوزون والبيئة وأمراض السيدا والسارس والجمرة الخبيثة وأنفلونزا الطيور.

وعليه، فإن المقابلة المبنية على سؤال وجواب هي أساس الصحافة، ومن دون المقابلة تصبح وسائل الإعلام خاوية من المعلومات وجامدة، وفي حالة الراديو يصبح هذا الجهاز من دون المقابلات لا يصلح إلا لبث الموسيقى.

بناءً على كل ما تقدم، فإن التعريف التالي للمقابلة الصحفية يصبح منطقياً:

«المقابلة الصحفية هي فن اللقاء بشخص بهدف الحصول على معلومات أو مواد لمقال. إنها لقاء بين علامة الاستفهام ونقطة الوقف، أي أن بين كل جملة تساؤلية وجملة جوابية ستجد نصاً إعلامياً يشكل العمود الفقري لكل عمل صحفي».

كيفية إجراء المقابلة

فن إجراء المقابلة هو قبل كل شيء مهارة، واكتساب المهارة يعتمد على معرفة الأدوات وليس القواعد، إذ لا يمكن صياغة قواعد ثابتة على الصحافي اتباعها كلما أراد إجراء مقابلة صحفية مع أحد ما، خصوصاً وأن لكل شخصية نمطاً خاصاً ينبغي التعاطي معه أثناء المقابلة بشكل مختلف عن أنماط الشخصيات الأخرى، وهذا ما سيمرّ معنا في سياق البحث في هذا الفرع.

وعليه، سنتناول في بحث كيفية إجراء المقابلة الصحفية الأدوات والضوابط التي ينبغي استخدامها للخروج بمقابلة ناجحة تغني المادة الصحفية برمتها سواء في التقرير أو التحقيق، علماً أن المقابلة بحد ذاتها قد تكون مادة إعلامية مستقلة كما يحصل في الحوارات الخاصة أو المقابلات السياسية والفنية.

ولعلّ من أهم ما قرأته في هذا المجال مقاربة مع تجربتي في مهنة الصحافة وإجرائي خلال سنوات عملي

مئات المقابلات، هو ما كتبه الدكتور نسيم الخوري في كتابه «فنون الإعلام والطاقة الاتصالية» الذي أشرت إليه في محطات سابقة.

أ ـ متى نلجأ إلى فن المقابلة:

الملاحظة الأساسية التي يخرج بها الباحث المستعرض للصحافة العربية، هي أن المقابلة مادة صحافية أضحت أساسية في كل وسائل الإعلام. وصارت مادة جديدة تضاهي مصدر المعلومات. فأنت تتصفح أي جريدة أو مجلة فتجد فيها مقابلة مع شخص ما وأحياناً مقابلتين أو ثلاث أو أكثر. أما إمكانية تبرير مكان وزمان المقابلة فيبقى أمراً عشوائياً غير قابل للبحث أو الدراية. فلماذا قابلنا هذه الشخصية وليس غيرها؟ ولماذا نشرنا نص مقابلة في هذا العدد وليس في غيره؟ أمور تبقى الإجابة عليها غير واضحة، المهم في الأمر أن كل عدد لا بد وأن يتضمن مقابلة ما مهما كان الأمر، **وهذا هو وجه الخطأ في النظر إلى فن المقابلة في الصحافة العربية**. فلو أجرينا دراسة على نسبة القرّاء الذين يلجأون إلى قراءة نصوص المقابلات من أولها إلى آخرها لوجدناها ضئيلة انتقائية تختار ما يهمها من الأسئلة والأجوبة فتهمل الباقي. وعليه، فإن للمقابلة الصحفية ضوابطها وأصولها على مستوى المهنة، فما هي هذه الضوابط؟

* قبل اللجوء إلى مقابلة شخص ما وإبراز أجوبته

وصورته في وسائل الإعلام، يجب التثبت من أن المعلومات التي نود الحصول عليها من خلال مقابلتنا، لا توفرها المصادر الإخبارية المعروفة، ولا الأرشيف أو مراكز الأبحاث والدراسات والمعلومات، لأن هذه المصادر قد توفر لنا معلومات وأخباراً أكثر ثباتاً من الشخص الذي نقابله.

* قد تكون المقابلة مع شخصية ما، سياسية على الأخص، مناسبة أساسية للحصول على مصادر غنية بالمعلومات، كالوثائق والتقارير التاريخية وصور الأرشيف الشخصي. ولكن هذا لا يعني أننا يجب أن ننشر ما جاء في لقائنا مع هذه الشخصية. فربّ وثيقة أرشدتنا إليها الشخصية تكون أهم من النصوص التي تدلي بها هذه الشخصية خلال ساعات. إذاً، اللجوء للمقابلة يكون غالباً بهدف التزوّد بمعلومات ووثائق ذات أهمية قصوى.

* يمكن اللجوء إلى المقابلة للتعرف والاطلاع على حقائق تختلف بين الأشخاص حول حدث معيّن أو قضية تثير جدلاً، والهدف يكون بالتالي من أجل تقريب وجهات النظر والبحث عن مكامن الالتقاء والتباين بين الأشخاص. والمثال على ذلك، اللقاءات والمقابلات التي تجريها الصحف مثلاً بين أطراف الفاعليات السياسية التي يصعب جمعها

عملياً، أي الشخصيات والزعماء الذين لا يجمعهم سوى الصراع، وهي بهذه المحاولة تقدم للقرّاء مادة جديدة شيقة يسأل عنها القرّاء والمشاهدون وتُبرز قدرة الصحافة في خلق الحدث أو إعادة خلقه.

* يمكن اللجوء للمقابلة بهدف تعريف القراء على الآراء والاتجاهات والميول العقائدية التي لم يُنشر عنها كثيراً من قبل، كأن نقابل مثلاً رئيساً جديداً لحزب عريق أو جديد، أو شخصية معروفة استجدّت في مسارها السياسي أو الفني مواقف جديدة وأمور غير مألوفة.

* اختيار الشخصية بالغ الأهمية في نجاح المقابلة. فليس كل من كتب قصيدة، أو ألقى خطاباً صار موضوعاً للمقابلة الصحفية. وبهذا المعنى تصبح المقابلة مفتاحاً أساسياً للتعرف إلى مستوى الصحافي الذي أجراها وأيضاً مستوى المؤسسة الإعلامية التي تنشرها أو تعرضها أو تذيعها. **فإذا كان المثل العامي يقول: قل لي من تعاشر أقل لك من أنت**، يصح القول في الصحافة: قل لي من تقابل أقل لك من أنت. لا يجوز أن تتحول وسائل الإعلام إلى سوق رخيص تعرض فيه البضاعة الكاسدة للناس، لأن الناس يُعرضون عنك في النهاية (اللورد طومسون).

وبناءً على ما تقدم من ضوابط، فإن المقابلة مادة ضرورية لتوافر النصوص الإعلامية منها ما يُنشر ومنها ما لا يُنشر، وهنا نركز على النوع الثاني أعني المقابلات التي لا تصلح للنشر، ولا مجال فيها للخجل من الشخص الذي تمت مقابلته، لأن الإحجام في هذا المجال هو تحريض للارتفاع بمستوى نصوص المقابلات في أجوبتها إلى مستوى الوقت الذي يصرفه القرّاء، ومستوى الثمن الذي يدفعه الناس بهدف القراءة. كما أن طريقة إعداد المقابلة وتنفيذها يمكن أن يجعلها ضمن أفضل أو أسوأ المواضيع الصحفية.

ب ـ الإعداد للمقابلة:

هناك شعور مميز ينتاب المرء عندما يحضّر نفسه لمقابلة شخص ما، وخاصة إذا كان اللقاء للمرة الأولى. هذا الشعور هو في الحقيقة مجموعة مشاعر لا يمكن تلمسها إلا بالاطلاع على مشاعر الوعي واللاوعي. فلذة الصراع الخفي بين «الأنا» و «الآخر» وحسم الصراع الخفي بينهما، وسلطة الصحافة ومنها سلطة الصحافي، ومقابلها حبّ الذات وإظهار النرجسية. . . كلها أمور أساسية تلعب دوراً كبيراً في تقديم مادة مقابلة ناجحة أو غير ناجحة.

الغريب في الأمر، أن كليات الإعلام في معظم الجامعات العربية ما زالت تهمل جانباً أساسياً في منهاجها وهو مادة علم النفس وعلم النفس التحليلي، وهي

أساسية وفي صلب نجاح رجل الإعلام. فالمقابلة بهذا المعنى «ليست حرفاً مطبعياً أو نصاً مكتوباً... إنها لحم الصحافي ودمه ومزاجه وعلمه وثقافته، إنها مجموعة الشرايين التي تسري فيها الحياة المتجددة مع كل سؤال»، لتأتي المقابلات حذرة كالأفعى وسريعة كالأرنب وبارعة في إصابة الهدف كالصقر.

١ ـ اختيار الشخصية (الضيف):

يفترض الإعداد للمقابلة حسن اختيار الشخص الذي يقترح الصحافي مقابلته، وأن يبلور في ذهنه الأمور التي يرغب في الحصول عليها بالضبط من هذا الضيف. وخذ علماً، أنك كصحافي، كلما كنت ناجحاً في جمعك للمعلومات حول الموضوع الذي تقوم بإعداده، كلما كان اختيارك للشخصيات التي تنوي إجراء المقابلات معها أسهل.

فمن خلال جمع المعلومات، تستطيع أن تحدد ما الذي يمكن أن تعرضه كمعلومات موثقة وما الذي ينقص لاستكماله بمقابلة، وعليه يمكن الآن تحديد الأماكن التي ستقصدها لاختيار ضيفك منها.

القاعدة في هذا المجال تقول: الصحفي الجيد لا يشترط أن يكون خبيراً في الموضوع الذي يقوم بإعداده، وإنما ينبغي أن يكون خبيراً في العثور على الخبراء بشأن هذا الموضوع.

إذاً، يجب ربط الشخصية المقترحة بالمعلومات المراد الحصول عليها، ويجب أن تكون لهذه الشخصية شروط: **فذة ـ خبيرة ـ لها صلاحية وقدرة على الإجابة.**

والصحافي في هذا المجال هو قاصد للينابيع أكثر منه قاصد للسواقي، فأن تقابل رئيساً أفضل من مقابلة ناطق باسمه، وأن تقابل عالماً مكتشفاً أو مخترعاً أفضل من مقابلة تلميذه.

٢ ـ معرفة الشخصية أمر ضروري قبل لقاء الصحافي به:

إذ يجب الحصول على المعلومات العامة التي تساعد الصحافي أثناء إجراء المقابلة بفتح بعض الثغرات في الجدران التي يقيمها غالباً أصحاب الشهرة والسياسيون مع الآخرين، وهي ثغرات تساعد إيجاباً في خلق مدى من الارتياح بين الصحافي والشخصية.

يعني، معرفة عمر الشخصية، جنسيته، مستواه العلمي والاقتصادي، إرتباطاته السابقة والحالية السياسية والاجتماعية، وضعه العائلي، هواياته المحببة في الحياة، كلها أمور أساسية في فن اللقاء.

كيف سيكون موقف صحافي يقف موقفاً هجومياً من فصيل فلسطيني مثلاً إذا عرف فيما بعد أن محدثه ينتمي إلى هذا الفصيل، أو أن يشكو صاحب عاهة التقاه في الطريق ولدى الضيف ولد مصاب بالعاهة ذاتها، أو أن يتكلم في حلاوة الأطفال أمام سياسي هرم عقيم لا ينجب

الأطفال، أو أن يتكلم في هوايات ونشاطات لا تثير إلا النفور والاشمئزاز في نفس الرجل الذي سيجري معه مقابلة.

هذه الأمور لا يمكن معرفتها إلا بتكوين معلومات عامة تعرّفه بالشخصية التي سيقابل، وذلك عن طريق الأرشيف والأسئلة الاستفسارية لمن هم أكثر منه خبرة واطلاعاً.

٣ ـ لقاء الشخصية أمر ضروري قبل البدء بإجراء المقابلة:

أهمية اللقاء المسبق بالشخصية قبل وضعه أمام التسجيل بالغ الأهمية لعدة مبررات.

أولاً: هو وسيلة لاستكشاف المزيد عن هذه الشخصية مما سيزيد من خبرتي في معرفة الشخصيات ومفاتيح إقامة العلاقات معهم مستقبلاً.

ثانياً: اللقاء المسبق سيكسر الجليد بين الصحافي وضيفه، فيرفع من نسبة العاطفة بين الطرفين ما سينعكس بالتأكيد على مضمون المقابلة وجودتها. أليس صحيحاً أن **الحب الذي تجنيه هو غالباً الحب الذي تعطيه**.

أيضاً: فإن أهم ما في اللقاء المسبق هو أنه يكشف للصحافي قدرة الشخصية على الإجابة. فيمكن أن تكون الشخصية خبيرة وعارفة في الموضوع الذي يعمل الصحفي على إعداده، ولكن قد تكون مخارج الأحرف عند هذا الشخص ضعيفة إلى أدنى مستوى بحيث إن المقابلة

التلفزيونية أو الإذاعية مع هذا الشخص ستؤدي إلى إضعاف شكل التقديم ما سينعكس سلباً على جودة التقرير وأهمية المعلومات التي ينطق بها هذا الشخص[1].

قد يُطرح سؤال بأن الصحافي قد لا يملك الوقت أو القدرة على لقاء الشخصية أكثر من مرة، فكيف يصنع؟

هنا وبحسب التجربة الشخصية أقول: **أعط وقتاً لاستكشاف الشخصية قبل بدء التسجيل ولو بدقيقة واحدة، لأن هذه الدقيقة غالباً ما ستترك أثرها على كامل المقابلة.**

٤ ـ تحديد وقت صالح لإجراء مقابلة:

وتحت هذه النقطة تندرج أمور لا بد من مراعاتها في تحديد الموعد، من حيث الاتصال المباشر أوغير

---

(١) أذكر في هذا المجال أنه وفي يوم من الأيام التي تلت العدوان الإسرائيلي على لبنان في تموز ٢٠٠٦ كنت في بلدة يارون الحدودية أعمل على بث رسائل حية ومباشرة حول أجواء البلدة خلال العدوان وبعده. وكنت قد طلبت من أحد أبناء البلدة مساعدتي على تأمين ضيف بقي طوال فترة العدوان صامداً في يارون ليروي على الهواء تلك التجربة. وفعلاً نجح هذا الشخص بالعثور على أحد هؤلاء الصامدين، لكنه لم يتسنَ له الحديث معه لضيق الوقت. وصل المواطن إلى نقطة البث قبل موعد بدء الرسالة بدقيقة واحدة. إستقبلته بترحاب خاطف وطلبت منه الوقوف أمام الكاميرا فاستجاب بصمت. قبل عشرين ثانية فقط من بدء الرسالة، خطر لي أن أسأل ضيفي عن تجربته عما إذا كانت قاسية أم لا، فكانت المفاجأة بأن هذا الشخص كان أخرسَ لا ينطق!!! سرعان ما اكتشفت أن هذا السؤال المسبق قبل بدء البث المباشر أنجاني من أن أصبح أضحوكة أمام الرأي العام.

المباشر. ويجب أن يتم الاتصال إبان الأوقات المناسبة وهذا يختلف من شخص لآخر. فهناك السياسي الذي ينطلق من منزله باكراً، وآخر لا يستيقظ قبل العاشرة صباحاً، وثالث ينام طيلة فترة ما بعد الغداء. باختصار يجب معرفة الوقت الذي تقتحم فيه على الشخصية لتنال موعداً خاصاً بك معها.

وتلعب طريقة التحدث والتوجه إلى الآخر عن طريق الهاتف أو غيره دوراً أساسياً في تحديد الموعد أو عدمه. فالأفضل عدم السؤال أبداً على سبيل المثال: من يتكلم على الخط الآخر، يجب التعريف باسمك أولاً وباسم المؤسسة التي تمثلها وبصوت واضح لا هو عال فيزعج أو منخفض فلا يسمع.

وبعد ذلك تشرح باختصار كلي الهدف المطلوب من المقابلة، وهنا تكمن الأهمية في قدرتك على إثارة السامع وإقناعه بمقابلتك أو اعتذاره.

ملاحظة: الاتصال الخطي (المكتوب) قد يكون وسيلة ناجحة في تحديد المواعيد، إذا كان الأمر غير ملح. فلحظة استقبال البريد والاطلاع عليه تعتبر زمن نشوة وارتياح عند كثيرين من مدراء المؤسسات والشركات وكبار المسؤولين. عبر هذه الوسيلة (الرسالة) يمكنك أن تدخل بنصك بارتياح وتقدّم طلبك بارتياح أيضاً لأن الهاتف قد يكون وسيلة أسهل لرفض التكلم مع الآخر على الطرف الآخر من الخط بسبب المشاغل المتراكمة

وكثرة الزائرين وعقد الاجتماعات والاتصالات المكثفة في وقت واحد ومن بينها اتصال الصحافي لتحديد موعد.

على أي حال، تبقى هذه الأمور نسبية وفقاً للحالة ولا تشكل قاعدة ثابتة في فن تحديد المواعيد.

٥ ـ أثناء إعداد المقابلة، ضع نفسك مكان الشخص الذي تقابله:

فالناس وخاصة السياسيين منهم لا يميلون إلى إنفاق أوقاتهم في الإجابة عن أمور بديهية، وبالتالي ينبغي على الصحافي أن يتمتع بشيء من الديناميكية وسرعة البديهة لطرح أسئلة تشحذ ذهن الشخصية وتساعد على استخراج المعلومات المخزنة داخل العقل عبر رصد الأجوبة وطرح أسئلة استكمالية أو استيضاحية. فمن جسيم الخطأ أن تكون المقابلة خاضعة لأسئلة مدونة سلفاً من قبل رئيس التحرير أو هيئة التحرير، ويتحول دور الصحافي إلى حامل ورقة يقرأ عنها سؤالاً إثر آخر، وهي تكون عادة أردأ أنواع المقابلات.

٦ ـ صياغة الأسئلة وبلورتها في محاور:

وهي المرحلة الأخيرة من مراحل الإعداد للمقابلة. والأسئلة عادة ما تبدأ بتلك التي تحمل طابعاً عاماً ذا صفة تمهيدية تساعد على تهيئة دماغ الشخصية التي يجري الصحافي معها المقابلة، ومن ثم يتم الدخول في العمق من خلال أسئلة التشكيك والاستفهام والاستفسار لحين

بلوغ الهدف من المقابلة وهو تحصيل المعلومة الواضحة والمركزة. ولا ضير في هذا المجال أن يعمد الصحافي إلى صياغة سؤال واحد بأكثر من طريقة بهدف الحصول من الشخصية على إجابة واضحة عن السؤال، لأن معظم السياسيين يميلون إلى الالتفاف على الأسئلة التي قد يرغبون في عدم الإجابة عنها، وهنا تكمن براعة الصحافي في إجبار الشخصية بأسلوب لبق وذكي على إعلان ذلك صراحة من دون التحايل في الإجابة.

ج ـ تنفيذ المقابلة:

هناك ما يسمى بـ«الهالة» عند التقاء اثنين ولها دورها في ترك الانطباع العام للواحد عن الآخر مما قد يؤثر سلباً أو إيجاباً على مسار ونتائج المقابلة.

١ ـ بالدرجة الأولى هناك **خصائص الصوت** في لقاء اثنين. فالوضوح في الصوت وضوح في الشخصية، وشتان ما بين الصوت الواضح والصوت المتأتئ. كما أن هدوء النبرة يدل على الاتزان وعدم التوتر ويجبر الطرف الآخر على الاستجابة.

٢ ـ هنالك أيضاً **الهندام المناسب** الذي لا يؤثر في الشخص الذي نقابله فقط، بل يمنح صاحبه بعض الثقة في النفس. لهذا السبب لا بد من إعطاء بعض الوقت لاختيار الهندام قبل الذهاب إلى مقابلة شخص ما.

والهندام يتم اختياره وفقاً للظروف ولنوعية الشخص

الذي سنقابل. في هذا المجال يمكن اختيار اللباس الذي يوفق بين الأناقة وراحة الجسد والألوان المقبولة لمختلف المناسبات، بحيث إن حلة الصحافي لا تأتي متعالية أو دونية في المظهر قياساً إلى الشخص الذي نسعى لمقابلته.

اللباس بلا شك هو وسيلة من وسائل الاتصال، لذا فإنه يعد نقطة من نقاط الجمع بين شخصين أو نقطة من نقاط التباين والتنافر مما يحد من نجاح المقابلة والإحجام عن الحديث أو الإدلاء بالمعلومات.

وتوضيحاً نشير إلى أن صحافياً كان في كامل أناقته يقوم بتغطية وقائع انفجار في إحدى ضواحي بيروت. إقترب ببذلته السوداء وربطة عنقه الملونة من أحد شهود العيان الذي أصيب بجروح جراء الانفجار وسأله: شو صار معك؟ سمعه، نظر إليه، لوى رقبته ثم مشى وانتهت المقابلة.

باختصار، يمكن الاستعانة بالقول: «لكل مقام مقال، ولكل مقابلة هندام وسلوك، واللباس وسيلة اتصال بالعالم تساهم في فرض قسط من الحضور بين الناس»[١].

٣ ـ احترام وقت المقابلة أو احترام دقة الموعد وهو أمر في أساس إنجاح المقابلة. وغالباً ما يسبب الوصول المبكر أو المتأخر عن الموعد إحراجاً للصحافي يورثه

---

(١) Barthes, Rolands, Systeme de la Mode, Paris, seuil, 1967.

تشويشاً وضعفاً تجاه الآخر. وفي المقابل، هناك عرف أصبح عالمياً في هذا المجال، إذ يحق للشخصية التي يسعى الصحافي لمقابلتها بأن يتأخر في استقباله فترة لا يجوز أن تتخطى الخمس عشرة دقيقة، وفي الحالات الاستثنائية يخرج معتذراً لمزيد من الوقت وتبرير سبب تأخره في عدم الاستقبال، وإلا فللصحافي الحق الكامل في الانصراف مهما كان الثمن أو النتيجة.

واعلم أن وقت المقابلة هو أساساً لصالح الشخص الذي نسعى إليه للحصول على الحقائق والمعلومات، من هنا لا يستحسن أن ينظر الصحافي إلى ساعة يده أثناء إجراء المقابلة مع شخصية سياسية أو ثقافية أو غيرها[١].

٤ ـ الحفاظ على رباطة الجأش واللباقة أمام الشخصية، فيستحسن أن يبقي الصحافي على أدوية الصداع في جيبه أو حقيبته، إذ قد يفاجئه ألم الرأس وهو في طريقه إلى المقابلة أو عند الوصول، فيضيع وقته ولا يتمكن من القيام بمهمته على الشكل الأمثل.

كما يحرج الصحافي إن نسي وضع فوطة في جيبه وخاصة إذا كان مصاباً بالزكام مثلاً، وعليه أن يخفف من الكلام عن زكامه أو مرضه، ولا يضع الفوط التي يستعملها في المنفضة على مكتب من يقابله، فكل هذه

---

(١) Wesenfelder, Ralf, 50 trucs pour reussir une reunion, Paris, les editions d'organisation, 1982, p63.

التفاصيل الصغيرة تخلق نفوراً لدى الآخر وميلاً في اختصار الوقت المخصص للمقابلة.

٥ ـ **تعبيرات الوجه والسلوك العام**، وهي توحي بشخصية الصحافي، وتأتي في رأس قائمة هذه التعبيرات أهمية النظر. فالعين «سراج الجسد» وقد تكون مفتاح النفس الأساسي. والاستعانة بالنظر قد تساهم في منح الصحافي ثقة كبيرة بالنفس.

فالفكرة التي تأتي مثلاً منطقية لكنها مصحوبة بنظرات حائرة أو مسمرة على شيء فوق الطاولة أو على الجدار تبدو ضعيفة في قوة منطقها، بينما فكرة أخرى أقل إقناعاً ولكنها تأتي مصحوبة بنظرات نافذة محدقة في عيني محدثك ومعبّر عنها بجدية ورصانة قد تبدو مقبولة بسهولة أكثر. «**من العبث أن تتابع حديثك مع شخصية تنظر ناحية أخرى أو تقرأ وثيقة ما بين يديها، حتى لو خاطبك محدثك قائلاً تابع.. إني أصغي إليك، فلا تصدقه، لأنه يسمعك ولكنه لا يصغي إلى ما تقول**»[(١)].

٦ ـ **لغة المخاطبة أو التخاطب**، ولها دورها أيضاً في إنجاح المقابلة. وأفضل لغات التخاطب هي اللغة المشتركة المباشرة. فأن أحاور ضيفي بلغته الفرنسية أفضل بكثير له ولي من أن أطرح الأسئلة بالعربية مثلاً

---

(١) Wesenfelder, Ralf, 50 trucs pour reussir une reunion, Paris, les editions d'organisation, 1982, p63.

لينقلها إليه المترجم، ومن ثم يجيب بالفرنسية لينقلها إلي المترجم مرة أخرى بالعربية، في هذه الحالة لن أتمكن من رصد ما بين سطور كلماته وتعابير وجهه المرتبطة بالعبارات التي يتفوه بها، إضف إلى أنه (الضيف) سيكون له مائة مبرر لعدم الاسترسال في طرح المعلومات. لكن لا يكفي في هذا الإطار أن أتقن لغة ضيفي، بل ينبغي أيضاً أن ألمّ بنمط وشكل اتصاله الحسي بالآخر بحسب تقاليد وثقافة شعبه. فالاتصال بين العربي والغربي يختلف عنه بين عربي وعربي. فالاتصال لدى العرب **«يتم وفقاً لنمط أوسع من النمط الأوروبي الشمالي مثلاً، لا على مستوى الضجة العربية الأعنف من حيث الحضور، وإنما من حيث النظر الثاقب لدى العرب، واستعمال الأيدي، والاتصال الحسي الحار، كلها تشكل مساهمة حسية قد لا يتحمل الأوروبيون عنفها. ويتبادل العرب النظرات بشكل يبدو مثلاً وقحاً بالنسبة للأميركي.. والحقيقة أنه عندما يتكلم العرب، فإنما يثبتون نظراتهم بشكل يحرج مجمل الأميركيين كثيراً..»**[1]، وهذا ما سيمر معنا بشكل مفصل في فصل «فن التواصل».

٧ ـ تفاعل الأنا والآخر (أنماط الشخصيات):
المصافحة أولاً هي اعتراف بالآخر، والابتسامة هي تقبّل وبناء لأول حجر من بناء العلاقة. لذا يقال: إن من

---

(١) Hall, Edward, La dimension cache, Paris, seul 1971, p: 194 - 198.

أضداد الصحافة الصد أو سوء الاستقبال، «والصد ظلم حقيقي في العلاقة بين اثنين»[1].

وخذ علماً في مجال التفاعل أن هناك خمسة أنماط من الناس:

أولاً: الذي لا يدع الصحافي يتكلم، بل يشرع هو في الحديث في موضوعات قد تكون مهمة بالنسبة إليه وقد اعتاد تكرارها، لكنها لا تهم الصحافي أبداً نسبةً للغرض الذي سعى إليه.

ثانياً: النمط الاستطرادي الذي يتيح للصحافي التحدث قليلاً أو طرح أسئلته قبل الإجابة عنها، ثم يقتحم الحديث على طريقته ولا يقبل بمقاطعته بعد ذلك.

هذان النمطان يحتلان قطاع السياسيين المحنكين الذين يفترضون سلفاً أنهم يعرفون تماماً الغرض الحقيقي من المقابلة، ومن المعلومات التي نسعى إليها كصحفيين. ولهذا فلذتهم القصوى أن يطلبوا منك الصمت للتدوين أو التسجيل فيفرغ ما عنده، وتنتهي المقابلة باستقبال زائر ما، فيبتسم ابتسامة النصر الصفراء ويودعك عند الباب. مع هذين النمطين غالباً ما نستغني عن أسئلتنا لدى مواجهتنا للشخصية.

ثالثاً: النمط الذي يسير في المقابلة حتى النهاية، لكنه يهرب في أجوبة فرعية جانبية تبعدنا عما نصبو إليه.

---

(١) Le Rebuffade, Communication, n20, 1973, p.241-243.

رابعاً: النمط الذي يجيب عن أسئلتنا بدرجة كبيرة من الثقة والتحديد وهي أسهل أنواع المقابلات (مقابلة الناشئين).

خامساً: هناك نمط آخر لا يميل إلى الشرح فيكتفي بالإجابة بنعم أو لا، وتنتهي المقابلة الصعبة في غضون دقائق عدة.

كيف نتعاطى مع هذه الأنماط؟

هذه الأنماط خاضعة في استجابتها وتفاعلاتها مع الصحافي إلى أمور لا تحصى، لها علاقة بالشخصية والأمزجة والطبائع وزمن المقابلة ومكانها ومشاغل الحياة... كما أنها خاضعة لحضور الصحافي بشتى أبعاده الإنسانية والمهنية.

إن تجنب هذه النتائج السلبية تبرز قدرة الصحافي وبراعته في تغيير اتجاه من يقابله، **إذ تكمن الأهمية في اكتساب ثقة الشخصية في أن ما سيدلي به لن يستخدم ضده، وبأن السعي إليه هو بهدف تقديم خدمة فعلية له**. والثقة تتقدم في أهميتها فتصبح في صلب أخلاقيات العمل الصحفي. فليس كل ما يعرف يقال، والعكس هو الأمر الذي ما زال سائداً في أجواء الصحافة العربية، لهذا تتصف العلاقة بين الصحافة والسياسة بقسط كبير من الحذر وقلّة المصداقية. وهنا تذكّر مرة أخرى أن **«الحب الذي تجنيه هو غالباً ما يوازي الحب الذي تعطيه»**.

إعلم أن الوصول إلى المعلومات يتطلب الصبر والوقت وموهبة الإصغاء إلى الآخر بتفهم كامل وتعاطف مهما كانت الأحاديث والأفكار بعيدة عن مبتغى الصحافي، وحتى لو لم يكن الصحافي ميالاً إلى الأمور الشخصية فلا يجوز له إظهار استيائه أو تململه.

وهنا تبرز أهمية **الإصغاء** الذي هو فن بحدّ ذاته. فالمقابلة مشاركة ذكية وليس منافسة صراعية، وهي تتطلب الانتقال من دور المحدث إلى دور الصاغي بلطافة ولباقة. فالاستماع للآخر أمر ضروري حتى وإن خرج عن الموضوع، ودور الصحافي هو متابعة الحديث والقدرة على إعادته للنقطة الهامة بالنسبة إليه من دون أن يبدو سمجاً أو جافاً وقحاً.

وقد اختصر عوض حسين الشلالدة في كتابه «العلاقات الإنسانية ودورها في السلوك الإنساني» الخطوات الضرورية في إجراء المقابلات وهي الأحرف التي تشكل بمجموعها عبارة بالإنكليزية تعني اللمسة الإنسانية «Human Touch»، وهي على الشكل التالي:

إستمع إليه H = Hear Him

إحترم شعوره U = Understand his feeling

حرك رغبته M = Motive his desire

قدّر مجهوده A = Appreciate his effort

مدّه بالأخبار N = News him

T= Train him درّبه

O= Open his eyes إفتح عينيه أو أرشده

U= Understand his uniqueness تفهّم تفرده

C= Contact him إتصل به

H= Honor him كرّمه[1]

٨ ـ **الأسئلة**: سبق الإشارة إلى أن الأسئلة المدونة سلفاً تنتج مقابلة جافة وباردة. هذا النوع من المقابلات يحجّم دور الصحافي إذ غالباً ما يطلب السياسيون لائحة بالأسئلة قبل إجراء المقابلة. وهنا أيضاً تبرز براعة الصحافي وضرورة عدم تلكئه في خرق هذا الجدار الوهمي الذي يقيمه السياسي حياله.

ولأن الأسئلة هدفها تحصيل المعلومات، خصوصاً عندما تكون المقابلة جزءاً من تحقيق صحفي، فينبغي مراعاة التوجيهات التالية للحصول على مقابلة ناجحة:

* لا تطرح أسئلة مباشرة وفجة لأنها سرعان ما تتحول إلى أسئلة شخصية غالباً ما تحد من حرية المتحدث وتقيد حبه للسرد.

* تجنب الأسئلة التي تتضمن إجاباتها والتي لا تثير

---

(١) عوض حسين الشلالدة، العلاقات الإنسانية ودورها في السلوك الإنساني، شركة كاظمة للنشر والترجمة والتوزيع، الكويت، ١٩٨١، ص٢٤.

لدى السامع إلا المواقف السلبية، كأن تقول مثلاً: لماذا تقومون برفع سعر ربطة الخبز، هل هو من أجل تشجيع الاحتكارات؟

* يمكن مباشرة المقابلة بأسئلة عامة يرتاح الشخص في الإجابة عنها، ثم تمرر الأسئلة التي تستثيره كطريقة طبيعية للإدلاء بالمعلومات المطلوبة. فالصحافي اللبق هو الذي يعرف ماذا يدور في رأس الآخر ومن هنا يبدأ، فيكون محاوراً محادثاً أكثر منه محققاً ومستنطقاً.

* الإحجام أو الاحتفاظ بالأسئلة التي يكون الشخص قد أجاب عنها أثناء استطراده في الجواب عن سؤال آخر، فلا تقوده إلى التكرار وإعادة الكلام في موضوع واحد وهو أمر يباعد بين الناس ويعطي انطباعاً بأن الصحافي غير قابل للإستيعاب.

* تجنب عادة طرح سؤالين أو أكثر في سؤال واحد، لأن ذلك يربك المقابلة ويربك الشخص الذي يقوم بمقابلته وهو إذ يجيب غالباً عن السؤال الأخير يطلب تذكيره بالسؤال الأول الذي قد ينساه الصحافي بدوره، وهنا الإرباك الكبير.

* لا جدوى من مباشرة السؤال بمقدمة طويلة يتخذ فيها الصحافي دور المدرس أو دور العارف والمحلل، كأن يتكلم لدقائق في موضوع ما

وبعدها يطرح السؤال، لأن ذلك قد يؤدي إلى مقاطعة الشخصية لمقدمات الأسئلة فتستبق السؤال بالإجابة عن سؤال افتراضي لم يطرحه الصحافي، وهذا ما يوقع الصحافي غالباً في نسيان صيغة السؤال الذي كان يريد طرحه.

وقد يكون للسياسي ردة فعل مغايرة، إذ يتحول هو إلى السائل ويطلب من الصحافي الإجابة، عندها ندخل في أسوأ أنواع المقابلات، وخاصة إذا كان الصحافي عاجزاً عن الإجابة على الأسئلة المطروحة.

إذاً، كن موجزاً في طرح أسئلتك، ولا تقل «سأحاول أن أكون مختصراً»، لأن هذا التعبير يعني في أذهان الآخرين أنك ستقوم بمداخلة طويلة، مما سيدفع بالطرف الآخر إلى التململ.

* لا أهمية للاعتذار من الآخر قبل طرح السؤال عليه، لأن السؤال سيطرح في جميع الحالات، فما قيمة الاعتذار إذن؟ ليس إلا خللاً في علاقة بين اثنين. فالأسئلة التي تحمل شيئاً من الوقاحة يمكن طرحها دونما اعتذار ولكن بلهجة اعتذارية غير وقحة.

أنماط الأسئلة:

الطريقة التي يوجه بها السؤال من حيث صياغته قد

تؤثر في طريقة الجواب، وهناك ٨ أنماط للأسئلة وفقاً لدراسة موزيو[١]:

أ ـ أداة غير معرفة. مثلاً: هل رأيت عصفوراً؟

ب ـ أداة معرفة. مثلاً: هل رأيت العصفور؟

ت ـ أداة منفية غير معرفة. مثلاً: ألم تر عصفوراً؟

ث ـ أداة منفية ومعرفة. مثلاً: ألم تر العصفور؟

ج ـ أداة غير معرفة وموجهة. مثلاً: هل كان هناك عصفور؟

ح ـ أداة نفي غير معرفة وموجهة. مثلاً: ألم يكن هناك عصفور؟

خ ـ أداة خبر غير كامل. مثلاً: أكان هذا الشيء عصفوراً أم طائرة؟

د ـ أداة تضمين. مثلاً: أكان هذا الشيء عصفوراً؟

أثبتت الدراسة أن أضعف صيغ الأسئلة وأقلها أمناً كانت أسئلة التضمين (د). أما صيغة السؤال الذي يتضمن خبراً غير كاملاً (خ) فيؤدي إلى تقليل درجة الحذر، وهذه الصيغة من الأسئلة قد تكون أفضل الأسئلة في الوصول إلى الحقائق، فهي تترك الخيار للآخر ولا تضعه في موقع الدفاع عن النفس، بل تجعله أكثر استعداداً للإدلاء بمعلوماته.

---

(١) Muscio B. The influence of the Question British Journal of psychologie, '1916, p:351.

د ـ نهاية المقابلة:

هناك ٣ ملاحظات أساسية حول نهاية المقابلة:

١ ـ على الصحافي أن يأخذ بكثير من الجدية كل الكلام والتفاصيل التي تصدر عن الشخص الذي يقوم بمقابلته بعدما تكون المقابلة قد انتهت صورياً. فبعدما زال التوتر النفسي أمام آلة التسجيل يصبح الإنسان أكثر ارتياحاً، فيبادر إلى إضافة أمور تفسيرية أو اعتراضية، وتذكر دائماً أن **أفضل الحقائق تقال على الأبواب والأدراج بعد انتهاء المصافحة والوداع**.

نعم، قد يكون من غير الأخلاقي أن تنقل عن الضيف معلومات لم يقلها أمام آلة التسجيل، وربما يبادر إلى نفيها، لكن تأكد أن هذه المعلومات ستفيدك في خلفية النص الذي ستكتبه حول موضوعك، بل وربما تدفعك إلى مزيد من البحث والتحري عن أمور قالها ضيفك ولم تكن خاطرة في بالك.

٢ ـ المقابلة هي فن صناعة الأصدقاء. فلا تنقطع علاقتك بضيفك في المقابلة فور انتهاء التسجيل، عليك اغتنام فرصة لقائك لتوطيد علاقتك بالشخصية لأنها بالتأكيد ستنفعك في وقت لاحق، سواء من خلال المعلومات الخاصة، أو في تيسير الحصول على المقابلة دون غيرك من زملائك.

سأل صحافي في مجلة تايم الأميركية الصحافية الإيطالية «أوليانا فالاتشي»، وهي من أشهر صحافيات العالم وصحافييه، وأول صحافية حصلت على أول مقابلة من هنري كيسنجر، ومن الصحافيين الغربيين القلّة الذين قابلوا الإمام الخميني، وهي معروفة بصيتها الذائع في مجال فن المقابلات، سألها عن الطريقة الخاصة التي تعتمدها في المقابلات، فأجابت: «**المقابلة بالنسبة لي مناقشة برلمانية، وكل مقابلة هي صورة لنفسي، بل هي مزيج غريب لأفكاري ومزاجي وصبري، وهذه كلها مبعث للأسئلة. أنا أتورط لأن مقابلاتي ليست باردة أبداً، ولأنني أقع في «حب» الشخص الذي هو في مواجهتي. المقابلة بالنسبة لي هي معركة، وهي أيضاً قصة حب**».

٣ ـ على الصحافي بعيد انتهاء المقابلة أن يقوم بتسجيل كل الملاحظات الراسخة في الذاكرة وتدوين المعلومات في أقرب فرصة. فالتذكر والاستعادة والاسترجاع أمور تفترض الكثير من الحذف والنسيان والإضافات غير الصحيحة.

وإذا نسي الصحافي أمراً مهماً أثناء كتابة نص المقابلة، فعليه عدم التوقف عند الأمر المنسي والإلحاح على التذكر، لأن فترة بسيطة من الهدوء تعيده تلقائياً وبدون أي جهد إلى هذا الأمر.

أنواع المقابلات الصحفية

لا يمكن اعتماد منهجية واحدة لتقسيم المقابلات الصحفية إلى أنواع.

فهناك التقسيم التقني الذي يعتمد على مدة المقابلة، وهناك تقسيم آخر يكون بحسب شكل المقابلة، وهناك تقسيم ثالث يرى في مضمون المقابلة منهاجاً لتحديد الأنواع...

فمؤسسة رويترز، على سبيل المثال، تعتمد في دوراتها التدريبية حول إنتاج الأخبار التلفزيونية على مدة المقابلة كتقسيم لأنواع المقابلات، وهي بهذا المعنى تضع المقابلات في نوعين[1]:

١ ـ مقابلات سريعة:

وهو ذاك النوع من المقابلات الذي يهدف إلى استطلاع رأي أو الوقوف على موقف معين

(١) Neil Everton, Making Television News, Reuters Foundation, 1999, p41.

ومحدد، فلا تتجاوز مدة المقابلة بضع دقائق لا يعرض منها إلا ما يلخص الرأي أو الموقف في ثوان معدودات لا تتجاوز الستين ثانية في أحسن الأحوال. وغالباً ما يتم أخذ المقابلة وقوفاً وفي أي مكان، وتُعرف في عالم الإعلام بال(vox-pop)، أي صوت الشعب.

٢ ـ مقابلات طويلة:

أما المقابلات الطويلة فهي على العكس، تهدف إما للحصول على معلومات أو تحليل وإما تهدف إلى التعريف بالشخصية التي يتم إجراء المقابلة معها للتعريف بها وبخبراتها ومواقفها وتطلعاتها. وغالباً ما تتجاوز مدة هذه المقابلات الخمس دقائق في أقل الحالات، بل تصل أحياناً إلى الساعة، لذا فإن إجراءها سواء للتلفزيون أو الإذاعة أو الصحيفة يتم جلوساً وفي مكان مريح نوعاً ما يتسم بالهدوء والابتعاد عن الضوضاء، وهي في عالم الإعلام تسمى (interview).

أما اعتماد شكل المقابلة، فيقسم أنواع المقابلات إلى نوعين أيضاً:

١ ـ **التصريح**: وتنطبق عليه مواصفات المقابلة السريعة وفق منهاج رويترز، إذ إن التصريح غالباً ما يكون سريعاً ولا يشترط مواصفات معينة في المكان الذي سيجري فيه.

٢ ـ **الحديث**: وهنا، من الممكن أن يكون شكل المقابلة في هذه الحالة كالمقابلة الطويلة كما ذكر آنفاً، وهذا ما يعرف بالمقابلة المباشرة، أو تكون مقابلة هاتفية يتم فيها أخذ الكلام بطريقة غير مباشرة غالباً ما تكون الهاتف، ويتم اللجوء إلى هذه الطريقة في إجراء المقابلات عندما يكون الوقت ضيقاً ولا يحتمل الموضوع أي تأجيل. كما يتم اللجوء إليه أيضاً اختصاراً للجهود الخاصة بالتنقل عبر مسافات طويلة، أو سعياً لتوفير التكاليف المالية التي ينبغي صرفها لإجراء الحديث[1] (كالأقمار الصناعية).

وثمة اتجاه آخر، **يعتمد المضمون لتقسيم المقابلة إلى أنواع**، ويعتبر أن هناك ستة أنواع من المقابلات الصحفية:

١ ـ مقابلة الرأي

٢ ـ مقابلة المعلومات

٣ ـ مقابلة الجماعات

٤ ـ مقابلة المؤتمرات

٥ ـ مقابلة الاحتفالات

٦ ـ مقابلة التسلية

---

(١) د. أسامة ظافر كبارة، المرجع نفسه، ص: ١٤١.

ويميل ميشال تشارنيلي إلى دمج بعض هذه الأنواع، والخروج منها بثلاثة.

أ ـ المقابلة الخبرية:

هي التي تشمل مقابلة الرأي ومقابلة المعلومات، ويتم خلالها إجراء مقابلة مع شخص أو عدة أشخاص معنيين بحدث ما، وهؤلاء يملكون الخبرة والقدرة الكافية للإجابة الدقيقة عن تساؤلات الصحافي.

هذا النوع يتحقق عند مقابلة الشخصية التي يمكنها أن تزود الصحافي بالمعلومات الهامة والآراء القيمة، والتحليلات المعمقة، نظراً لموقعها في المسؤولية والتصاقها بالحدث موضوع الحديث.

وتتميز الأخبار والمعلومات التي يستقيها الصحافي من خلال هذا النوع من المقابلات، بأنها حساسة وذات أبعاد جادة ومستقبلية، لما تثيره من ردات فعل وتداعيات. وتأتي الشروحات في المقابلة الخبرية لتضع النقاط فوق الحروف، وتحدد الأبعاد الحقيقية للحدث موضع النقاش[١].

ويعتبر هذا النوع من المقابلات بحق هو النوع الذي يستخدمه المحقق الصحفي في عملية بحثه عن الأدلة والمعلومات والحقائق.

---

(١) د. أسامة ظافر كبارة، المرجع نفسه، ص: ١٤٢.

ب ـ مقابلة الشخصية:

وتدخل فيها مقابلة الاحتفالات ومقابلة التسلية، لأن ما سيرشح عن هذه المقابلة هو من صنع هذه الشخصية وحدها.

إذ يتم التركيز في هذه المقابلات على شخصية المتحدث، باعتبارها موضع النقاش والمقابلة. وتتميز هذه الأحاديث ببعدها الإنساني البحت، حيث تدور الأسئلة حول مراحل حياة هذه الشخصية، وأهم نقاط التحول فيها. وتدور الأسئلة أيضاً حول الوضع الاجتماعي والعائلي للشخصية، إلخ..

ج ـ مقابلة الجماعات:

وهو النوع الذي يدخل فيه حديث المؤتمرات والمعارض والاجتماعات وخلافه.

ويجري في هذا النوع نقل أنشطة الجماعات، كالمؤتمرات والندوات، واجتماع المجلس النيابي، والمعارض الفنية والحفلات. وميزة هذا الحديث أنه يجمع ويقابل عدداً من الشخصيات وليس الاقتصار على فرد واحد. كذلك فإنه لا يعتبر ملكاً لصحافي واحد أو مؤسسة إعلامية واحدة، بل لمجموعة الصحفيين الذين شاركوا في طرح الأسئلة من مختلف المؤسسات.

وبناءً لهذا المفهوم، فإن الصحافي لا ينقل أجوبة المتحدث على أسئلته فقط، وإنما يتولى نقل جميع الإجابات على مجمل الأسئلة المطروحة.

الفصل الثالث

فن التواصل مع الآخرين

«لو قدر لي أن أفقد كل مواهبي، وكان لي الخيار بأن أحتفظ بواحدة فقط، فلن أتردد أن أختار قدرتي على التحدث، فمن خلالها سأستطيع أن أستعيد البقية بسرعة».

دوسكو درموند

«ما أجمل أن تكون مفهوماً من الآخرين».

رالف والدو إيمرسون (١٨٠٣ ـ ١٨٨٢)

شاعر وكاتب مقالة أميركي

«أنا أتحدث إذاً أنا موجود. المحادثة أسلوب حياة لي، وأفضل أصدقائي هم أشخاص لم أرَ وجوههم، كل ما أعرفه هو كلماتهم».

جولي مارتن

«دع الناس يعرفونك كما أنت، وليس كما تعتقد أنك يجب أن تكون. لأنك عاجلاً أم آجلاً قد تنسى الصورة التي أعطيتها لنفسك، وعندها ماذا سيحل بك؟».

فاني برايس (١٨٩١ ـ ١٩٥١)

«أفضل طريقة تحصل فيها على صديق هي أن تكون صديقاً».

رالف والدو إيمرسون

ألا تكفي هذه الشهادات من قبل مبدعين قضوا ثلاثة أرباع عمرهم من العمل في مجال العلاقات العامة والتمثيل والإعلام لنكتشف مدى أهمية التواصل مع الآخرين؟ وهل نجاحي في كسب حب الرأي العام واحترامه إلا نجاح قبل كل شيء في إتقان فن التواصل؟

هل يمكن إقامة علاقة مع شخصية يمكن أن تصبح فيما بعد مصدراً مهماً للمعلومات لو لم أكن قادراً على إيجاد قواسم مشتركة مع هذه الشخصية تكسبني ثقتها التي هي أغلى ما لديها؟

إنه التواصل، مجموع السلوك والإشارات التي أطلقها من جسدي باتجاه الطرف الآخر بهدف جذبه نحوي تمهيداً لبناء الجسور التي لولاها لا أملك قدرة التأثير وإيصال رسالتي.

فكيف أحقق التواصل؟

البحث في هذا المجال سيتناول فروعاً خمسة:

لغة الجسد ـ فن تذكر الأسماء ـ إنهاء الحديث ببراعة ـ أساليب الحديث الأربعة ـ التحدث إلى أشخاص من بلدان أخرى.

لغة الجسد

إن إحدى أهم مهارات التواصل، سواء بالمحادثة أو الإصغاء، لا تأتي من ألسنتنا أو آذاننا، بل من أجسادنا. وقد أثبتت الأبحاث أن أكثر من نصف المحادثة وجهاً لوجه ليست لفظية. فلغة الجسد تنقل مشاعرنا ومواقفنا قبل أن نتكلم، وتعكس مستوى تقبلنا لما يصدر عن الآخرين. لا يدرك معظم الذين يعانون من ضعف المحادثة أن لغة أجسادهم (عقد الذراعين، تفادي النظر في عين محدّثك وغياب الابتسامة) هي المسؤولة في معظم الحالات عن الإخفاق في التواصل السليم والممتع مع الآخرين.

ويورد «دون غابر»، المدرب الأميركي الشهير في التواصل، ستة تعابير ضرورية في لغة الجسد[1]:

١ ـ الابتسامة

٢ ـ الذراعان المفتوحتان

(١) دون غابر، كيف تبدأ حديثك مع الآخرين وتكسب أصدقاء، تعريب هالة النابلسي، شركة الحوار الثقافي/بيروت، ٢٠٠١، ص: ٢٢.

٣ ـ الانحناء إلى الأمام

٤ ـ اللمسة

٥ ـ إلتقاء العين بالعين

٦ ـ الإيماء

١ ـ الابتسامة:

عندما تبتسم تظهر أنك لاحظت وجود الشخص الآخر بطريقة إيجابية، ويرى الشخص الآخر في ابتسامتك مجاملة تشعره بالارتياح.

والابتسامة لا تعني أن عليك أن تلبس قناعاً زائفاً يدّعي أنك سعيد طوال الوقت، ولكن، عندما ترى شخصاً تعرفه أو تريد أن تتواصل معه، إبتسم فابتسامتك تعني موقفاً منفتحاً. واعلم أن الوجه البشري يرسل عدداً كبيراً من المؤشرات اللفظية وغير اللفظية، فإذا أرسلت إشارات ودودة تحصل على مؤشرات ودودة من الآخرين.

٢ ـ إفتح ذراعيك:

الذراعان المفتوحتان، وليس المقبوضتان على الصدر أو وراء الظهر أو الممسكتان بالذقن أو الفم، هما إشارات للطرف الآخر بأنك منفتح وودود ويعطي انطباعاً بأنك متقبل ومصغ وجاهز للمصافحة. أما الوقوف بذراعين مقبوضتين فهذا يعني أنك رافض للاتصال

ومنغلق على نفسك، أو على الأقل غير راغب بالتواصل مع الأشخاص المحيطين.

كثيراً ما يلجأ البعض إلى اتخاذ وضعيات ظناً أنها قد تضعهم موضع اهتمام الآخرين من حيث الإيحاء بأنهم أشخاص مهمّون، فيجلسون بانتظار أن يتخذ الطرف الآخر خطوة المبادرة بالحديث، لكن غالباً ما يرتد هذا الأسلوب سلباً، ولا يحصد هؤلاء المهمون بالشكل إلا الوحدة والانعزال. فإذا غطيت فمك أو ذقنك بيدك تصبح على شكل «المفكر». إسأل نفسك: «هل بإمكانك أن تقاطع شخصاً يبدو غارقاً في أفكاره؟»، الأرجح أنك لن تفعل.

الذراعان المقبوضتان أو المتصالبتان تقولان: «إبتعد»، أما الذراعان المفتوحتان فتقولان: «أنا منفتح ومستعد للاستماع، تعالوا وتحدثوا إليّ»[1].

٣ ـ الانحناء:

تخيل أنك والشخص الآخر الذي يحادثك مغناطيسان متقابلان، فهنا أنت أمام حالتين: إما أن تكونا قطبين متعاكسين (+ و ـ) فتنجذبان، أو أن تكونا قطبين متماثلين (+ و +) أو (ـ و ـ) فتتنافران. وعليه، فإن الانحناء إلى الأمام قليلاً أثناء إصغائك لشخص آخر يعني

---

(١) دون غابر، المرجع السابق، ص: ٢٧.

أنك منجذب لحديثه ومهتم مما سيشجعه على المضي في الحديث وإمدادك بالمعلومات بشكل مريح، أما ارتداد جسدك إلى الخلف فيعطي انطباعاً بأنك تحاكمه أو تميل إلى انتقاده أو أن حديثه يشعرك بالملل، وهنا فإن الطرف الآخر سرعان ما سيشعر بالإهانة أو الإحراج، فيتحول لا شعورياً من موقع المتعاون الودود إلى موقع المدافع عن نفسه، وهنا تصبح محادثتكما وسيلة لتنافركما.

٤ ـ اللمسة:

تعتبر المصافحة أولى الرسائل الإيجابية التي يبعثها جسدك باتجاه الطرف الآخر. فإن تصافح شخصاً يعني أنك تتقبله وأنكما متقاربان وإن كان بينكما اختلاف في الرأي أو الشكل أو المعتقد أو المستوى الاجتماعي. إنها اللغة التي يفهمها جميع البشر، والمصافحة المترافقة مع ابتسامة ودودة تكسر أصعب الحواجز بينك وبين الطرف الآخر بمجرد استجابته بالمثل.

ويقال في الثقافة الصينية إن المصافحة وسيلة من وسائل تبادل الطاقة الداخلية للأجساد، ومع تبادل الطاقات تختلط الأمزجة والمشاعر ويصبح التواصل أسهل وأعمق.

ولكن في هذا المجال، على الشخص عموماً والصحافي خصوصاً الالتفات إلى ثقافات ومعتقدات بعض الشعوب فيما يتعلق بالمصافحة، خصوصاً في

الحالات التي يكون فيها الطرف المقابل هو من الجنس الآخر. وهذا ما سيمر معنا في فرع التحدث إلى أشخاص من دول أخرى.

٥ ـ لقاء العين بالعين:

لقاء العين بالعين يعني أنك تصغي إلى الشخص الآخر وتريد أن تعرف المزيد عنه، ولكن يجب أن يأتي لقاء العين بالعين دون تكلف أو مبالغة، ويمكن أن يكون لقاء العين بالعين للحظات وجيزة بينما تركز نظرك على أجزاء أخرى من وجه الشخص الآخر، وعندما يبتسم عليك أن تبتسم. فاحذر، لأن لقاء العين بالعين على نحو مبالغ فيه يأتي بمفعول عكسي، فالنظرة الثابتة تبدو تصرفاً عدائياً يولّد لدى الشخص الآخر شعوراً سلبياً يضعه في وضع دفاعي أنت في غنى عنه.

٦ ـ الإيماء:

الإيماء من الرأس يعني أنك تصغي وتفهم ما يقال، مما يشجع الشخص الآخر على الاستمرار في الحديث. أما الرأس الجامد الخالي من التعبير فيوحي أنك لا تسمع أو لا تفهم ما يقال أو أن أفكارك في وادٍ آخر.

ولكن خذ علماً أن الإيماء لا يعني بالضرورة الموافقة. فإذا كان الطرف الآخر يومئ برأسه فيما أنت

تتحدث إليه، عليك أن تسأله من حين لآخر: «أليس كذلك؟»، وبهذا يمكنك التأكد ما إذا كان يوافقك الرأي أم أنه يومئ فقط للتأكيد بأنه يصغي.

خلاصة الأمر:

تشكل الكلمات ٢٥٪ من المحادثة

وتشكل طبقة الصوت ٢٥٪،

وتشكل لغة الجسد ٥٠٪.

وبهذه النسب مجتمعة تستطيع أن تحقق التواصل الكامل.

فن تذكّر الأسماء

«إن أجمل كلمة تسمعها في أي لغة هي إسمك».

ديل كارنيجي/ مؤلف وخطيب أميركي شهير.

الناس يفرحون عندما تتذكر أسماءهم، فهذا يجعلهم يشعرون بهويتهم وبأنهم مهمون ومتميزون مما يضيف الدفء الشخصي والود إلى حديثك بينك وبينهم.

فأن تخاطب شخصاً باسمه يعني أنكما لم تعودا غريبين، فتتكسر أمواج الصعوبات على شاطئ الكلمات التي توجهها له.

ولكن، كم مرة كنت تتحدث إلى شخص التقيته سابقاً ولم تستطع أن تتذكر إسمه؟ ألم تشعر بالإحراج؟ ألن يدفعك إحراجك هذا إلى تجنب الحديث معه مرة أخرى، خصوصاً وأنك نسيت للمرة الثانية إسمه بعد أن ذكّرك به؟ وبالتالي، كم علاقة خسرت بناءها مع أشخاص في حياتك لمجرّد أن ذاكرتك لم تسمح لك بتذكر أسمائهم؟

لماذا ننسى أسماء الناس؟

١ ـ عدم التركيز على الإسم لحظة التعارف

٢ ـ الانشغال بما ستقوله بعد التعارف

٣ ـ القلق من رأي الآخرين بك

٤ ـ التشتت الذهني لحظة التعارف

٥ ـ الأجواء الصاخبة حولك

٦ ـ التعرف على مجموعة أشخاص في وقت واحد

٧ ـ الموقف المسبق بأنك لن ترى هذا الشخص ثانية

وعليه، يقول الأستاذ دون غابر إن خمس ثوان فقط تلزمك لإتقان فن تذكر الأسماء، وهي مقسّمة لحظة التعارف على ما يلي:

١ ـ الثانية الأولى: ركّز على لحظة التعارف

٢ ـ الثانية الثانية: لا تفكر في ما ستقوله، بل استمع إلى الإسم

٣ ـ الثانية الثالثة: كرّر الإسم بصوت عال

٤ ـ الثانية الرابعة: فكر بشخص تعرفه يحمل الإسم نفسه

٥ ـ الثانية الخامسة: استخدم الإسم أثناء الحديث وفي آخره.

طرق تذكر الأسماء ضمن مجموعة:

قد لا تسمح لك لحظة التعارف على أفراد مجموعة

ما التمهل لخمس ثوان عند كل شخص، وربما، وهو الغالب، أن لا تتسنى لك فرصة الحديث مع كل الأشخاص لتردد أسماءهم أكثر من مرة.

هناك **الحيلة الأولى**: إربط الناس ببعضهم، أي إربط الأحرف الأولى من أسماء أعضاء المجموعة في كلمة واحدة، وقم بتكرارها أكثر من مرة بينك وبين نفسك، ومن ثم أطلق على المجموعة الإسم الناتج عن الأحرف الأولى من أسمائهم.

على سبيل المثال، تعرفت إلى أفراد مجموعة أسماؤهم على الشكل التالي: مازن، أحمد، هشام، شربل. إجمع الأحرف الأولى من أسماء هؤلاء، فتكون النتيجة:

م + ا + هـ + ش = ماهش، وعندها تكون هذه المجموعة هي مجموعة «ماهش». ستبتسم بالتأكيد عند تذكرك لهذا الإسم، لكن أفراد المجموعة سيندهشون عندما يجدونك قد تذكرت أسماءهم بهذه السرعة.

الحيلة الثانية: قد لا تنفع الحيلة الأولى في تذكر كامل الأسماء خصوصاً عندما يكون هناك أكثر من حرف متشابه لأكثر من إسم، أو أن أفراد المجموعة أكبر من أن تسعهم كلمة واحدة، هناك إلجأ إلى حيلة الصفات.

إربط كل شخص بصفة أو علامة فارقة في جسده، وردد الإسم والصفة بينك وبين نفسك بشكل سريع، كأن

تقول مثلاً: مازن الضخم، أحمد البشوش، هشام المستدير، سمير القصير، سعيد الجديد، عبد اللطيف الظريف... إلخ

الحيلة الثالثة: قد تحتاج إلى بعض الوقت لتمتلك مهارة ربط الأحرف أو الصفات، فما الذي يمكنك أن تفعله لتذكر أسماء أشخاص سبق وتعرّفت عليهم ضمن مجموعة؟

هنا إلجأ إلى الخيارات التالية:

- أطلب من المضيف أن يخبرك عن أسماء الأشخاص المدعوين، فقد ينعش ذلك ذاكرتك.
- تسلل إلى مكان قريب من المجموعة المنهمكة بالحديث، وأصغ جيداً للأسماء التي قد ينادون بعضهم بها وقم بترديدها مباشرة.
- إسترق النظر إلى قائمة المدعوين أو الضيوف.
- وأخيراً، في حال أُقفلت جميع أبواب الحلول، لا تتردد، إقترب من الشخص الذي نسيت إسمه وقل: «أعرف إسمك طبعاً، لكنه غاب عن بالي الآن»، لكن أبذل جهدك كي لا تستخدم هذه العبارة مرة ثانية.

إنهاء الحديث ببراعة

«ليس فن الحديث أن تقول الكلام المناسب في الموضع المناسب، وإنما أن تسكت عن قول ما لا يُقال في لحظة مغرية».

ليدي دوروثي نيفيل/ كاتبة بريطانية

أنت صحافي، مهمتك التحدث إلى الناس: تطّلع على أحوالهم، تجمع منهم المعلومات، تستمتع إلى آرائهم ومواقفهم، إلخ...

لكنك في الآن عينه محكوم بالوقت، أن تكون صحافياً فهذا يعني أن هاجسك إنهاء تقريرك وتقديمه للجمهور في أسرع وقت، لأن غيرك إن سبقك بالنشر أو العرض يصبح عملك تكراراً لشيء قديم، وفي هذا خسارتك.

الاستماع إلى الناس ضروري، لكن الاسترسال والاستغراق في التفاصيل والحشو سيؤدي إلى ضياع

فرصة حصولك على سبق صحفي أو على الأقل سيستنزف جهدك ووقتك، لذا عليك أن تملك مهارة إنهاء الحديث في اللحظة المناسبة من دون أن تترك انطباعاً سيئاً لدى الشخص الذي يتحدث إليك. فمقاطعته بشكل عشوائي وتلقائي في منتصف الكلام سيجعله يشعر بالإهانة، وهذا بالتأكيد ما لا تريده من باب حرصك على ترك انطباع طيب لدى الآخرين يمهد لتوطيد علاقتك بهم.

وهنا عليك أن تركز في عملية إنهاء الحديث ببراعة على نقطتين:

- اختيار اللحظة المناسبة لإنهاء الحديث
- إنهاء الحديث بطريقة إيجابية

أولاً، أفضل وقت لإنهاء الحديث:

إن الوقت الأمثل لإنهاء الحديث يبدأ بعد أن يعبر الطرفان عما يريدان قوله. وهنا تبدأ عملية رصد أول نقطة بعد أول جملة تتبع وصول الفكرة المطلوبة. فالتوقف الطبيعي بين الجمل هو اللحظة المناسبة لإنهاء الحديث. وعليه، فمن غير المناسب مقاطعة الطرف الآخر في منتصف جملته، ففي ذلك إشارة سلبية إلى أنك لا تشعر بالارتياح للحديث أو للمتحدث شخصياً.

ثانياً، إنهاء الحديث بطريقة إيجابية[1]:

عندما تشعر أن الوقت مناسب لإنهاء الحديث، قم بدور إيجابي وابدأ بإرسال مؤشرات تفيد بأنك مستعد للمغادرة. لخّص الأفكار التي كان شريكك يعبر عنها، فهذا يظهر للشخص أنك كنت تصغي وأنك فهمت ما كان يقوله، ثم أعقب ذلك بجملة تفيد بنهاية الحديث، كأن تقول مثلاً: «يبدو أنك مطلع تماماً على هذا الموضوع».

بعد ذلك، إذا وجدت أن شريكك مهتم بإكمال الحديث، أو أنه شعر بالإحراج نتيجة إسهابه في الكلام، يُفضّل أن تخطط للاجتماع بالشخص الآخر في وقت لاحق من خلال ترتيب موعد في المستقبل (إذا كنت تريد ذلك فعلاً). وبدل أن تختم الحديث بالعبارة التقليدية: «لماذا لا نجتمع ثانية؟» (وهذا يعني أنكما لن تجتمعا أبداً)، كن أكثر تحديداً واقترح موعداً محدداً لاستكمال الحديث.

بهذه الطريقة تكون قد نجحت في إنهاء الحديث بطريقة لبقة، وفي ذات الوقت ضمنت وسيلة لتطوير علاقتك بهذا الشخص.

ولا تنس قبل توديعك للشخص أن تذكر إسمه عند وداعه مستخدماً لغة جسدية منفتحة وودية (الابتسام،

---

(١) دون غابر، المرجع السابق، ص: ١٣٨ ـ ١٤٠.

المصافحة، لقاء العين بالعين..)، وإياك الوداع الذي يستغرق وقتاً طويلاً، لأنه سيفقدك فعالية براعتك في إنهاء الحديث، ويعيدك إلى دوامة استغراق الوقت.

وعليه، يمكن رسم الخريطة التالية لكي تختم الحديث ببراعة:

- الخطوة الأولى: كرر شيئاً مهماً قاله الشخص الآخر
- الخطوة الثانية: قل إنك استمتعت بالحديث
- الخطوة الثالثة (اختيارية): حدد موعداً لمتابعة الحديث من دون آلة التسجيل أو الكاميرا.
- الخطوة الرابعة: خاطب الشخص باسمه وأنت تودعه.

الخروج من الأحاديث المتعبة:

الأمر قد لا يكون بهذه السهولة كما ورد أعلاه. فالشخص الذي قمت بمحادثته من النوع الذي لا يقبل المقاطعة ويصر على استكمال الفكرة. فقد يحاصرك في حفل ما شخص ثقيل الظل ويبدأ بالحديث الذي يبدو أنه لا نهاية له، في حين أنك مضطر للحفاظ على كياستك ولباقتك برغم أن وقتك لا يسمح لك بذلك. فما الذي يمكنك فعله في حالات كهذه؟

إليك هذه الحيلة:

إنتظر حدوث توقف بسيط بين الكلمات أو الجمل وسارع إلى مداخلة بطرح بعض الأسئلة المقفلة (أي التي

تكون إجاباتها بنعم أو لا)، ثم أظهر بكلمات قليلة إدراكك للجمل الأخيرة التي قالها الطرف الآخر، واستعد للنجاة بنفسك. كأن تقول: «يبدو أنك تستمتع بعملك، أرجو لك التوفيق في مشروعك القادم. سأتركك لألقي التحية على بعض الأصدقاء». ثم ودعه وخاطبه باسمه وابتعد بسرعة.

أساليب الحديث الأربعة

هل تبدأ بعض أحاديثك بقوة ثم تتلعثم بعد عدة دقائق؟

ما السر في أن الحديث يكون ممتعاً أحياناً ومملاً أحياناً أخرى؟

هل هناك أشخاص يكون الحديث معهم أسهل من غيرهم؟

هل ينتقل الحديث من موضوع إلى آخر برقة، أم يتطور أحياناً إلى خلافات حادة؟

إحدى الطرق الكفيلة بتخفيف المد والجزر في المحادثة هي أن تعرف أساليب الحديث وتستخدمها أثناء محادثاتك.

فمعظم الناس لديهم أسلوب مبدئي في الحديث يمكن أن يُصنف في واحد من أربعة نماذج: صريح، متردد، دقيق، ثرثار.

ويمكن اعتماد الجدول التالي كوسيلة لتصنيف المتحدث:

السلوك	الصريح	المتردد	الدقيق	الثرثار
عندما يدخل غرفة مليئة بالغرباء	يبحث عن حديث ودي	يجلس على كرسي بانتظار مبادرة أحد ما	يختلط بهم ويستمع إلى أحاديثهم	يقدم نفسه لأول غريب يلقاه
عندما يجتمع بأشخاص لأول مرة	يحدث عن نفسه	يتمهل ويراقب ما يفعلون	يتريث قليلاً قبل أن يعطي رأيه فيهم	يحاول إضحاكهم
عندما يشارك الآخرين في حديث	يعرب عن وجهة نظره بأسرع ما يمكن	يدلي برأيه بعد أن ينتهي الجميع	يرصد الثغرات في آراء الشخص الآخر	يطرح أسئلة ويشارك بوجهة نظره
إذا خالف محدثه في الرأي	يصر على رأيه لحين الاقتناع بالعكس	يعتذر ويخرج من الحديث بسرعة	يفند سبب خطئه نقطة نقطة	يسأله عما وراء رأيه من أسباب
يفضل الأحاديث التي	تركز على صميم الموضوع	تتصف بالشخصية	تكون واقعية ومفصلة	تدور حول «اللغو»
يحب الأحاديث التي تسمح له بأن:	يخبر الآخرين عن إنجازاته	يتعرّف على الآخرين	تفسر مفاهيم معقدة	يكون في مركز الضوء
يصف نفسه بأنه	يستطيع الوصول إلى لب الموضوع	يستطيع الإصغاء	يستطيع شرح المفاهيم الصعبة	يستطيع أن يتحدث حول عدة مواضيع
الأشخاص الذين يجد صعوبة في الحديث معهم	الذين يتوقفون عند كل تفصيل	الذين يفرضون آراءهم عليه	الذين يستأثرون بالحديث بلا توقف	الذين لا يبتسمون ولا يتحدثون إلا قليلاً
أحاديثه المفضلة هي تلك التي	يقدم فيها وجهة نظر	تسمح له بالإصغاء إلى الآخرين	تناقش موضوعاً علمياً	تتضمن حكاية مضحكة

وبناءً عليه، فإن لكل شخص نمطاً في الحديث عليك مجاراته، ولا تنس أنك أنت شخصياً واحد من بين هؤلاء، فعليك أن تطوّع حديثك ليتلاءم مع أسلوب كل شخصية.

إذاً، وبعدما استكشفت الشخصية وقمت بتحديد أسلوب حديثها، عليك الآن أن تبدأ بتطويع أسلوب حديثك وفقاً للأمور التالية:

ـ الأشخاص الذين يتصفون بأسلوب الصراحة في حديثهم يحبون أن يتحدثوا عن: الرياضة، الجريمة، المتميزين في التجارة، قصص المغامرات، أفلام الحركة، السياسة، المال، السلطة، الخبرات العسكرية، التجارب.

كما عليك اتباع الإرشادات التالية عندما تتحدث مع أشخاص من أصحاب الأسلوب الصريح[1]:

* عليك بإظهار اهتمام حقيقي بما يفعلونه وبأهدافهم الشخصية.

* هؤلاء الأشخاص يحبون أن يتحدثوا عن أنفسهم وعن منجزاتهم، فلا تدخل معهم في أي جدال حتى إذا تحدوك.

* إنهم يحبون الجدل، ويتقنونه، ويفوزون فيه عادة، فاطلب رأيهم ونصحهم.

---

(١) دون غابر، المرجع السابق، ص: ١٧٤ ـ ١٨٣.

* بإمكانك أن تتعلم الكثير من هؤلاء الأشخاص الذين يتجهون نحو تحقيق أهدافهم.

* إنهم يفكرون بشكل شمولي وينفذ صبرهم في الحديث عن التفاصيل الصغيرة.

* لا تبتئس إذا قللوا من شأن منجزاتك، فالاختبار وإضعاف المعنويات هما طريقتاهم في امتحان مستوى ثقتك بنفسك.

ـ الأشخاص الذين يتصف أسلوبهم في الحديث بالتردد (الجمود) يفضلون الحديث عن: العلاقات، القصص التي تثير الاهتمام، القصص الشخصية، نجوم السينما، الطعام، الطبخ، الديكور المنزلي، المطاعم، الفن، الموسيقى، المسرح، الشعر، الكتب، المواضيع الاجتماعية، الهوايات، الحيوانات، الأسرة.

أما على صعيد إرشادات التحدث إليهم، فهي:

* أظهر رغبة في الحديث عن اهتماماتهم، فهؤلاء الأشخاص يحتاجون تشجيعاً أكثر من المعتاد كي ينفتحوا.

* لا تصبح عدوانياً، أو عيّاباً، أو ميالاً إلى الجدل. فهؤلاء الأشخاص يفقدون اهتمامهم مباشرة عند أول مؤشر يدل على خلاف.

* إسأل عن آرائهم ومشاعرهم.

* إنهم سينفتحون إذا أشعرتهم أنك تقدر ما يقولون.

* لا تقاطعهم أو تكمل كلامهم، فهؤلاء الأشخاص كثيراً ما يتريثون ليفكروا في كلماتهم، لذلك يجدر أن تعطيهم الوقت لإنهاء كلامهم.

* شجعهم على الحديث بتركيزك على الآراء والاهتمامات المشتركة، فإعرابك عن الاهتمام يمكنهم من كشف آرائهم.

* لا تيأس عندما يستغرق الانطلاق في الحديث وقتاً، فهذا النوع من الأشخاص يحتاج بعض الوقت لينفتح على الغرباء.

ـ الأشخاص الذين يعتمدون الأسلوب الدقيق في حديثهم يحبون الحديث في: العلوم، الرياضيات، هندسة العمارة، الكمبيوتر، التصميم، البورصة، التكنولوجيا، الاختراعات، الألغاز، تطوير المنزل والأدوات.

الإرشادات:

* إمتدح معرفتهم العلمية، فهؤلاء الأشخاص يحبون أن يؤثروا في الآخرين بذكائهم، فاتركهم يفعلون.

* لا تدخل معهم في جدال أو تعارضهم في الرأي، فهم يكرهون أن يكونوا على خطأ ولا يتحملون النقد.

* شجعهم على الحديث في مواضيع خارج مجال خبرتهم، وعليك ببناء جسور بين حديثك والمواضيع التي تهمّهم، وترقب أن تسمع كل شيء لم تشأ أن تعرفه.

* لا تغير الموضوع بكثرة، فهذا النمط من المحدثين يفضل أن ينحصر النقاش في موضوع واحد كل مرة.

* لا تنزعج إذا سمعت نقداً أو نصائح لم تطلبها، فهم يرون في كل شيء مشكلة يجب حلها.

ـ **الأشخاص الذين يتخذون من الثرثرة أسلوباً، يحبون أن يتحدثوا عن**: أنفسهم، الأصدقاء، الأسرة، السفر، الطعام والتسلية، الثقافة السطحية، الهوايات، التطور الذاتي، الأشخاص الناجحين، القصص الصحفية غير المعتادة، الأحداث المرحة، آمالهم وأحلامهم، أي شيء غير تقني وغير معقد.

الإرشادات:

* أترك لهم دائرة الضوء، فهم يعشقون الاعتراف بوجودهم وجلب الاهتمام.

* لا تدخل معهم في تفسيرات مفصلة عن مواضيع تقنية أو مفاهيم صعبة، لأنهم سيرتبكون ويشعرون بالإحباط والملل.

* شاركهم باهتماماتك، لأنك إذا لم تفعل فإنهم سيتحدثون بلا كلل ولا ملل.

* لا تشعر بالحرج إذا قاطعتهم كي تتحدث، لأنك إذا لم ترفع صوتك بالحديث، فإنك لن تنبس ببنت شفة.

* عليك بالمرح، أظهر روح الفكاهة والمرح وعليك أن تضحك لنكاتهم، إنهم فعلاً يريدون أن يحبهم الناس وأن يكونوا ظرفاء.
* لا تتحدث معهم في مواضيع مهمة، ولا تأخذ طابع الجدية، فالاستمتاع بالمحادثة يأتي في مقدمة أولوياتهم.

التحدث إلى الأجانب

«كلما سافرتُ أكثر، إزددت يقيناً أن الخوف يجعل الأشخاص المفترض أن يكونوا أصدقاء، أقرب إلى الغرباء».

شيرلي ماك لين، ممثلة أميركية (١٩٥٤).

من البديهي أن عمل الصحافي يستوجب سفره من حين لآخر إلى أكثر من بلد أجنبي سواء لتغطية حدث ما، أو إعداد تحقيق خاص يتعلق بقضية ترتبط بهذا البلد الأجنبي أو ذاك.

وإذا كانت كياسة الصحافي ولباقته ضرورية في بلده والمحيط الذي اعتاد العمل فيه، فكيف بالأحرى في البلد الأجنبي الذي سيسافر إليه.

ولمّا كان لكل بلد ثقافة مختلفة وتقاليد اجتماعية متفاوتة عن باقي البلدان الأخرى، فإنه من البديهي أن يكون لدى الصحافي فكرة ولو بسيطة عن أسلوب تعاطي شعوب تلك المنطقة كي يسهّل ذلك عمله ويحقق له النجاح تماماً كما لو كان في بلده.

تخيلوا لو أن صحافياً زار دولة من دول أوروبا الشرقية ذات التنوع الديني والثقافي والتي عانت ما عانته على يد الحكم الشيوعي في روسيا العظمى سابقاً، ثم يقوم هذا الصحافي أثناء لقائه أحد المواطنين أو الشخصيات بامتداح نظام تقسيم الثروة الذي اعتمده لينين جهلاً منه بخلفية الطرف الآخر، فما الذي يمكن أن يحصل؟ في أحسن الأحوال، لن يكون بمقدور هذا الصحافي ترك الانطباع الجيد والمطلوب لدى تلك الشخصية التي لن تتعاون في إجراء المقابلة أو على الأقل لن تستفيض في تزويده بالمعلومات، ما سينعكس سلباً عن غير قصد الصحافي على جودة تقريره الذي قطع مسافات طويلة من أجل إنجازه.

وعليه، ينبغي على الصحافي (والمحقق بشكل أخص) أن يكون مطّلعاً على إرشادات التحدث إلى أشخاص من بلدان أخرى، ومن ثم على عادات الحديث التي يتميز بها كل شعب.

أولاً، الإرشادات[1]:

١ - إحترم الاختلافات:

فعندما تفترض أن الأشخاص القادمين من بلدان أخرى يشاركونك في القيم والمواقف وطرق

(١) دون غابر، المرجع السابق، ص: ١٨٦ - ١٩٨.

التواصل، فإنك قد ترتكب أخطاءً اجتماعية أو قد تتحدث بما لا يليق. ولكن إذا تذكرت أن الأشخاص القادمين من بلدان مختلفة يتباينون أحياناً في أساليب حديثهم وتصرفهم، فلن تنزعج أو تكون مصدراً للإزعاج.

٢ ـ لا تخجل في تقديم نفسك:

التحية والتعريف عن الإسم من دون تكلّف طريقة مقبولة تظهر للآخرين أنك ترغب بالحديث معهم، لذا لا تتردد في تقديم نفسك بغض النظر عن صعوبة فهم إسمك من قبل الطرف الآخر أو لفظه، ولا تخجل من ترداد إسمك أو حتى تهجأته بحال لاحظت أن الشخص الأجنبي يحاول عبثاً لفظه، وتجنب دائماً وضع ألقاب لنفسك، كأن تقول: «مرحباً أنا الأستاذ فلان أو السيد فلان»، فبهذه الطريقة تكون قد وضعت حاجزاً بينك وبين الطرف الآخر فيما أنت تسعى لإزالة الحواجز. ولكن، يختلف الأمر في مخاطبة الطرف الآخر. فالأميركيون على سبيل المثال يتقبلون أن تتم مناداتهم بأسمائهم الأولى ومن دون تكلّف، لكن كثيراً من البريطانيين والأوروبيين والشرق أوسطيين والآسيويين يفضلون التخاطب بلفظة (السيد، السيدة، الآنسة، الدكتور. . .) تسبق إسم العائلة عند التحدث إلى معارف جدد، وذلك لحين

إدراكك بأن الوقت أصبح مناسباً للانتقال بالأسماء الأولى، فإما أن تقول: أرجو أن تناديني بإسمي، ما يدفعه إلى أن يطلب أيضاً أن تناديه باسمه، وإلا فيمكنك الاستمرار باستخدام اللقب مع الكنية إلى أن يدعوك إلى رفع الكلفة.

٣ ـ أظهر اهتمامك ببلد الشخص الآخر:

إذا أظهرت تقديراً للتراث الثقافي لبلد ضيفك الأجنبي فإنه سيكون أكثر استعداداً للانفتاح والحديث معك. وعندما تتحادثان حاول أن تكتشف كل ما يمكن عن بلده ومدينته وشعبه.

ولكن، لا تتحدث عن السياسة والدين والأزمات الاجتماعية، فهذه مواضيع تعد تقليدياً «محرّمة» وتقود إلى خلافات. ولكن يمكنك أن تطرح أسئلة طقسية تعطيك بعض المعلومات، مثل: كيف هو طقس المنطقة التي تعيش فيها؟

هل بلدتك مشهورة بأي معلم سياحي؟

ما هي أساليب التسلية في بلدتك؟

وتذكر، إن حفظك لبعض الكلمات من لغة بلد الطرف الآخر كالتحية والوداع يترك أثراً ممتازاً وممتعاً في نفسه ما يشعره بالامتنان والفرح، ويسمح لك بطرق بابه مجدداً ولكن بشكل وديٍّ أكبر.

٤ ـ لا تبدِ الاستياء إذا قال أحدهم ما لا يجب أن يقال:

مع وجود الكثير من الاختلافات الإقليمية في معظم البلدان، ليس غريباً أن لا ينسجم القادمون الجدد مع العادات أو آداب السلوك المحلية. لذا لا تغضب أو تجادل إذا ما أدلى أحد الأجانب بتعبير عن بلدك أو المكان الذي تعيش فيه بطريقة لا توافقه عليها، بل يمكنك ببساطة أن تقول: «قد يبدو لك الأمر كذلك، ولكني لا أعتقد أن معظم الناس الذين يعيشون هنا يشاركونك الرأي، وأنا منهم»، ولا تنس الابتسامة الخفيفة، فهي وسيلتك إلى التوضيح من دون إحراج محدّثك أو إشعاره بالتأنيب.

٥ ـ إبتعد عن التعميمات:

فإياك أن تقولب الناس بتعليقات، كأن تقول: «أنتم الفرنسيون كذا..، أو أنتم الصينيون دائماً تقومون بكذا...، أو لماذا تعتقدون أنتم الهنود بأن....»، فالأحاديث مع أشخاص قادمين من بلدان أخرى تتم بشكل أفضل عندما تسألهم عن آرائهم الشخصية وأفكارهم ومشاعرهم كأفراد، لأن ذلك يعطيهم تقديراً واحتراماً.

٦ ـ لا تفترض أنك تعرف بلد الشخص الآخر:

ينزعج الناس عادة إذا طرحت افتراضات خاطئة

عن قوميتهم اعتماداً على مظهرهم أو لغتهم أو لكنتهم. فالكنديون الذين يتحدثون الإنكليزية على سبيل المثال يكرهون أن يُعتبروا أميركيين، رغم أن ذلك يحدث كثيراً. حتى أن الكنديون الذين يتحدثون الفرنسية يغضبون أمام أي شخص يقول إنهم فرنسيون. وفي مثال آخر، يمكنك أن تضرم حرباً صغيرة إذا أخطأت في تمييز اليوناني عن التركي، أو الهندي عن الباكستاني، أو الصيني عن الياباني، والقائمة طويلة.

٧ ـ لا تدّع الفهم:

عندما تتحدث تأكد من أنك تفهم ما يقوله الشخص الآخر، وحتى عندما لا تفهم تماماً ما يعنيه أو يقصده، فإن الأشخاص ذوي المهارات المحدودة كثيراً ما يهزون رؤوسهم متظاهرين بأنهم يفهمون. يمكن تفادي إحراجات سوء الفهم بأن تطلب من الشخص الآخر أن يستمع إليك وأنت تعيد صياغة ما قاله أو تلخصه، كأن تقول: «لمجرد التأكد من أن الفكرة وصلت، هل يمكنني أن ألخّص الفكرة الأخيرة».

ثانياً، عادات الحديث لكل شعب:

قد يكون التحدث مع أشخاص من بلدان أخرى تحدياً، وبخاصة إذا لم تكن معرفتك وثيقة بحساسياتهم

الثقافية وبالمواضيع التي تعتبر من المحرمات. وكلما ازددت معرفة بثقافة الشخص وبيئته يقل احتمال أن تخطئ في أي قول أو فعل تجاه عاداته.

وفيما يلي، بحسب ما سجله عدد من خبراء التواصل في العالم من بينهم «دون غابر»، جدول عادات الحديث لدى الشعوب:

البلد/ المنطقة	المصافحة/ التحية	أسلوب الحديث	لقاء العيون	مسافة الوقوف	التصرفات والمواضيع المحرمة
أفريقيا الوسطى	متوسطة	مهذب/ متروٍّ	متوسط	٦٠ ـ ٩٠ سنتم	الدين/ النزاعات
شمال أفريقيا	متوسطة/ للرجال فقط	غير مستعجل	متوسط	٣٠ ـ ٦٠ سنتم	السياسات الشرق أوسطية
جنوب أفريقيا	متوسطة	مهذب/ رسمي	متوسط	٦٠ ـ ٩٠ سنتم	التفرقة العنصرية
البرازيل	متوسطة	غير متحفظ	قوي	٣٠ ـ ٦٠ سنتم	التراجع عن الوعد
كندا	متوسطة	مسترخ/ مهذب	متوسط	٩٠ سنتم	أن تظنه أميركياً
الكاريبي	متوسطة	غير رسمي	متوسط	٣٠ـ٦٠ سنتم	تجارة المخدرات
أميركا الوسطى	خفيفة	مهذب/ رسمي	قوي	٣٠ـ٦٠ سنتم	التراجع عن الوعد
الصين	خفيفة/ انحناء	متحفظ	خفيف	٩٠ ـ ١٢٠ سنتم	أن تظنه يابانياً

البلد/ المنطقة	المصافحة/ التحية	أسلوب الحديث	لقاء العيون	مسافة الوقوف	التصرفات والمواضيع المحرمة
أوروبا الشرقية	قوية	غير متحفظ	متوسط	٦٠ـ ٩٠ ستم	الحكم الشيوعي
انكلترا	خفيفة	رسمي	قوي	٩٠ ستم	الوقوف على مسافة قريبة جداً
فرنسا	خفيفة	متكبر/ رسمي	قوي	٣٠ـ ٦٠ ستم	الانتقاد
ألمانيا	قوية	عملي/ رسمي	متوسط	٦٠ـ ٩٠ ستم	الحرب العالمية الثانية
اليونان	خفيفة	هادئ	متوسط	٦٠ـ ٩٠ ستم	رفض الطعام
الهند	متوسطة/ للرجال فقط	متروٌ	متوسط	٦٠ـ ٩٠ ستم	أن تقول لا
إيطاليا	خفيفة	إستعراضي	متوسط	٣٠ـ ٦٠ ستم	المافيا
اليابان	خفيفة	متحفظ	خفيف	٩٠ ـ ١٢٠ ستم	أن تظنه صينياً
المكسيك	متوسطة	ودي	متوسط	٣٠ـ ٦٠ ستم	التراجع عن الوعد
الشرق الأوسط	متوسطة/ للرجال فقط	غير مستعجل	قوي	٣٠ـ ٦٠ ستم	الأكل باليد اليسرى
الفليبين	قوية	اجتماعي/ رسمي	خفيف	٦٠ـ ٩٠ ستم	وضع اليد على الورك
بولندا	متوسطة	إستعراضي	متوسط	٦٠ـ ٩٠ ستم	الحرب العالمية الثانية
روسيا	متوسطة	إستعراضي	متوسط	٣٠ـ ٦٠ ستم	الانتقاد

البلد/ المنطقة	المصافحة/ التحية	أسلوب الحديث	لقاء العيون	مسافة الوقوف	التصرفات والمواضيع المحرمة
اسكندنافيا	قوية	متحفظ/ رسمي	قوي	٦٠ ـ ٩٠ ستم	الكلام المفاجئ بصوت عال
الولايات المتحدة	قوية	ودي/ غير رسمي	متوسط	٦٠ ـ ٩٠ ستم	الانتقاد

نصائح هامة

الآن أيها الزميل العزيز، بعد كل ما ورد من تعريف وتحديد لأركان التحقيق الصحفي وأنواعه، وتعداد لخصائص ومميزات المحقق الصحفي الناجح، وشرح مسهب لفن إجراء المقابلة، وفن التواصل مع الآخرين، أصبح بإمكانك أن تخوض غمار البحث عن الحقيقة مزوّداً بجملة من الإرشادات والمهارات التي لخصت جهد وتجارب الكثيرين ممن مارسوا عمل الصحافة، وتحديداً في مجال البحث عن الحقيقة خدمة للرأي العام.

ولكن قبل أن تبدأ بالتطبيق، إعلم أنك أنت وحدك من يملك القدرة على الابتكار والإبداع. في داخلك فقط يكمن المحقق الصحفي الناجح، فانزع عنه غطاء القمقم وأخرجه إلى العالم الذي هو بأمس الحاجة إليك في أيامنا هذه.

كن متميزاً، وليكن عدوك الوحيد هو جهاز التحكم عن بعد الذي يمسك به واحد من ملايين المشاهدين، سواء في بلدك أم سواه.

إعتبر أن كل واحد من هؤلاء المشاهدين أو المستمعين أو القراء هو صديقك المقرب الذي يجب أن يعلم ما الذي يحصل حوله. قدم له الصدق، الحقيقة،

العاطفة، التسلية، القيم والمبادئ، وأخيراً العطاء بلا حدود. فأنت بذلك تنجيه من خطر الوقوع في الضلال والجهل وعدم رؤية الأمور على حقيقتها.

كن كالطباخ الذي يتذوق طعامه قبل تقديمه، واسأل نفسك قبل عرض التحقيق الصحفي أو نشره: «هل ما قمت به عمل جيد، صادق أم مضلل، حقيقي أم مخادع، جريء أم جبان، ممتع أم ممل؟».

إعلم أن التضحية هي جزء من عملك، ولكن لكل نتيجة مستواها من التضحية. جازف بسلامتك في سبيل قضية بمستوى سلامة وطنك، وجازف بحريتك من أجل حرية الرأي العام، وتخلى عن جزء من علاقاتك إذا كان قول الحقيقة يقتضي ذلك.

لا تستخف بعملك، فأنت بوابة العالم إلى العالم، ومن دونك تصبح وسائل الإعلام منشورات يومية تذوب كلما صدر منشور جديد.

وأخيراً، كن على علم بأن ما تصل إليه من أدلة ونتائج في تحقيقك الصحفي لم يعد ملكاً لك منذ اللحظة التي توصلت فيها إلى ما توصلت إليه، وكن أميناً في نقل الصورة التي شاهدتها أنت بعينك: **فالحق يعطيك القوة، والأمانة تعطيك الارتياح، والصدق يعطيك احترام الآخرين وتقديرهم، واحترام الآخرين يعطيك الشهرة، والشهرة تسهل عليك فتح الأقفال، وكلما فتحت قفلاً ستجد أدلة ونتائج جديدة، لتبدأ من جديد.**

المصادر والمراجع

المراجع العربية

١ ـ أسعد داغر، يوسف: قاموس الصحافة اللبنانية، المكتبة الشرقية، بيروت ١٩٧٨.

٢ ـ «ألبرت ل. هستر» و«واي لان ت»: دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة ١٩٩٢.

٣ ـ الخوري، د. نسيم: فنون الإعلام والطاقة الاتصالية، دار المنهل اللبناني للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، ٢٠٠٥.

٤ ـ الشلالدة، عوض حسين: العلاقات الإنسانية ودورها في السلوك الإنساني، شركة كاظمة للنشر والترجمة والتوزيع، الكويت، ١٩٨١.

٥ ـ برادلي، دوان: الجريدة ومكانها في المجتمع الديموقراطي، ترجمة محمود سليمة، مكتبة النهضة المصرية، الطبعة الأولى.

٦ ـ خليفة، إجلال: الوسائل الصحفية وتحديات المجتمع الإسلامي المعاصر، الطبعة الأولى، مكتبة الإنجلو المصرية ١٩٨٠.

٧ ـ شمس الدين، عبد الله: ذاكرتي على جبهات عراقية، دار الهادي، الطبعة الأولى ٢٠٠٥.

٨ ـ غابر، دن: كيف تبدأ حديثك مع الآخرين وتكسب أصدقاء، شركة الحوار الثقافي بالتعاقد مع سايمون آند شوستر في نيويورك، الطبعة العربية الأولى، ١٩٨٣.

٩ ـ د. كبارة، أسامة: دراسة في فنون الصحافة والإعلام، منشورات جامعة الجنان، دار المنى، الطبعة الأولى ٢٠٠١.

١٠ ـ محمود، حافظ: أسرار الصحافة، دار الشعب، القاهرة، ١٩٧٥.

١١ ـ «والتر فاندايك بنجهام» و «بروس فيكتور مور»، سيكولوجية المقابلة، ترجمة فاروق عبد القادر وعزت سيد اسماعيل، القاهرة، دار النهضة العربية، ١٩٦١.

المراجع الأجنبية

1 - Barthes, Rolands, Systeme de la Mode, Paris, seuil, 1967.

2 - Mc Luhan, Marshall: Pour comprendre les medias, Paris, Mameseuil, 1968.

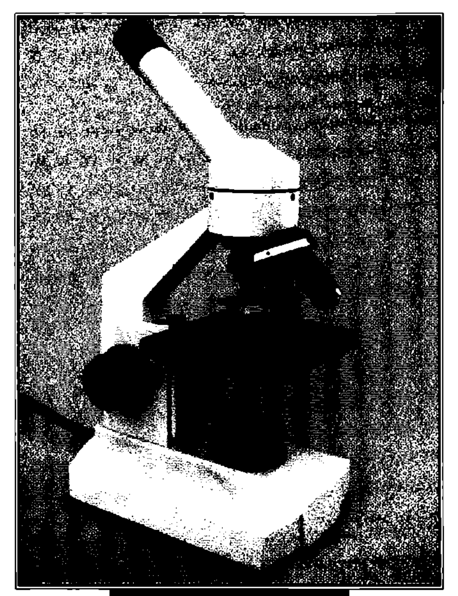
3 - Muscio B., The influence of the Question British Journal of psychologie, 1916.

4 - Neil Everton, Making Television News, Reuters Foundation, 1999.

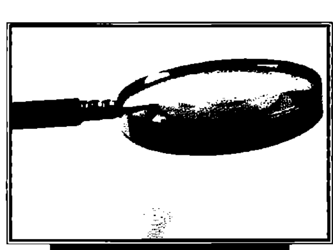
5 - Wesenfelder, Ralf, 50 trucs pour reussir une reunion, Paris, les editions d'organisation, 1982.

الفهرس

قابلية الفكرة للتحقيق



التحقيق يكشف الخفايا



التقرير يكبر المعطيات



الخبر يوضح الصورة

الواقعية

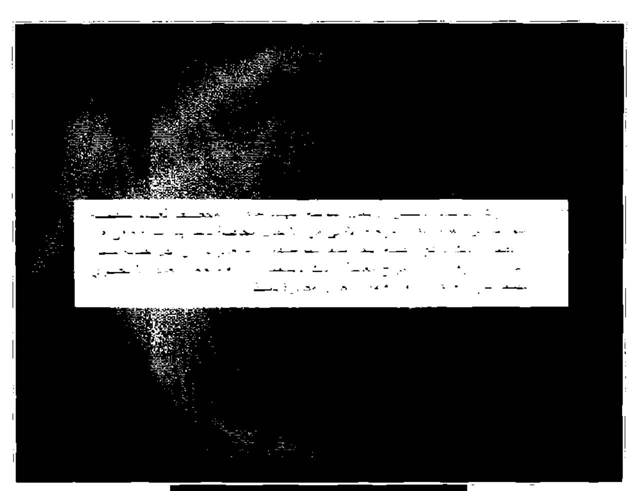


النزول إلى الأرض



محاكاة الواقع

الموضوعية

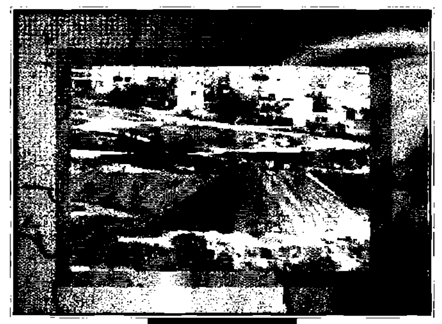


عرض وجهات النظر المضادة

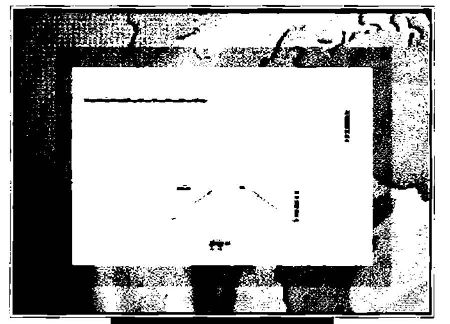


الرأي والرأي الآخر

منهجية الدليل



أولاً-المعاينة

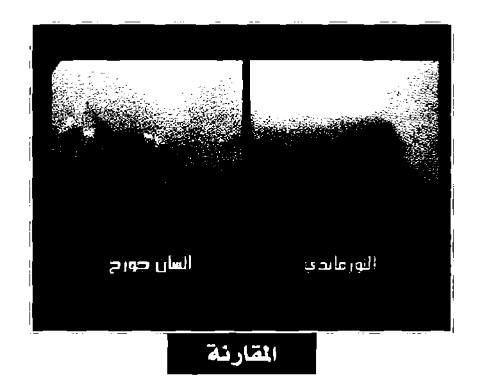


ثانياً-التحليل العلمي



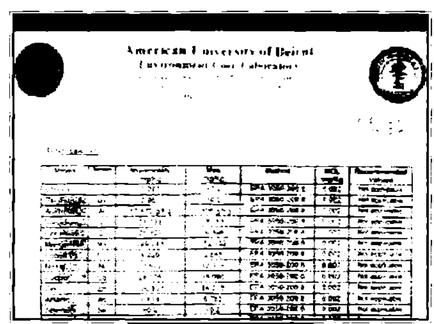
ثالثاً-النتيجة

أنواع الأدلة



المقارنة

الشهود



American University of Beirut
Environmental Core Laboratory

الوثائق الرسمية

الطريق الى النتيجة



أولاً-الرصد



ثانيا- المعاينة الميدانية



ثالثاً-التقصي



رابعاً-مطاردة الدليل

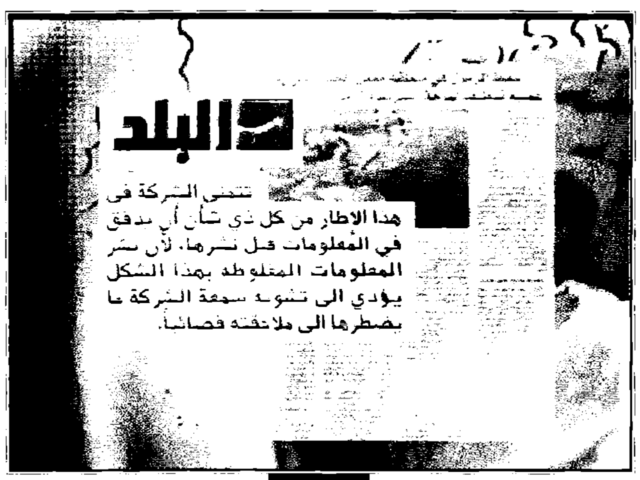


خامسا-الصبر



سادسا-الحقائق

التشويق والجذب

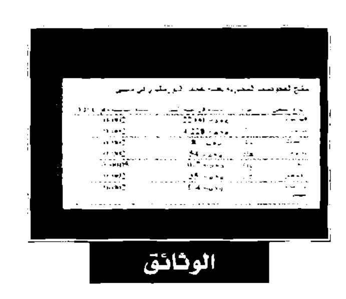


الحبكة



التشويق

مصادر المعلومات



الوثائق



البيانات



مقابلة الخبراء



مقابلة المسؤولين



الإحصاءات



مراسل إخباري

تاريخ البدء بالعمل في الصحافة : ١/٦/٢٠٠٠

الدراسة الاكاديمية : اجازة في الحقوق ـ جامعة بيروت العربية

ابرز الدورات اللتي شارك فيها :

١- دورة اعداد التقارير التلفزيونية ـ مؤسسة رويترز

٢- دورة «تغطية المواضيع الاجتماعية» ـ مؤسسة تومسون

٣- دورة «تغطية الانتخابات» ـ جامعة لندن

٤- دورة» تدريب مدرب» ـ مركز رشد للتنمية البشرية و الاكاديمية البريطانية للتنمية البشرية

ابرز الجوائز :

١- جائزة المركز الاول في مسابقة الصحفي المتقصي لعام ٢٠٠٧ ـ مؤسسة تومسون البريطانية

٢- جائزة الابداع الذهبية عن فئة البرنامج الخاص و التحقيق (جمهورية النورماندي) ـ مهرجان القاهرة للاعلام العربي الثالث عشر ٢٠٠٧

٣- الجائزة الذهبية عن فئة التحقيق الاستقصائي (سرقة رمول الجية) ـ مهرجان الاعلام للفن و الابداع ـ لبنان ٢٠٠٥

٤- الجائزة الفضية عن التقرير الاخباري (عملية الغجر) ـ مهرجان الجزيرة الدولي الثاني للانتاج التلفزيوني ٢٠٠٦

٥- الجائزة الفضية عن فئة التحقيق (حقوق المعوق) ـ مهرجان الاعلام للفن و الابداع ـ لبنان ٢٠٠٤

٦- درع تكريمي للتميز في تغطية وقائع العدوان الاسرائيلي على لبنان ٢٠٠٦ـ كلية الاعلام في الجامعة اللبنانية

٧- درع تكريمي للتميز في تغطية احداث العام ٢٠٠٧ ـ معهد الافاق، لبنان

٨- درع المنار للتميز للحصول على درجة ممتاز في التقييم الاداري السنوي للعام ٢٠٠٧


ISBN 978-9953-510-78-1

دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع

هاتف: ٠١/٥٥٠٤٨٧ ـ ٠٣/٨٩٦٣٢٩ ـ فاكس: ٥٤١١٩٩ ص.ب: ٢٥/٢٨٦ الغبيري. بيروت. لبنان

Tel. 03896329 01550487 Fax 541199 p.o.Box 286/25 Ghobeiry Beirut Lebanon

E.Mail: daralhadi@daralhadi.com URL http://www.daralhadi.com